

*magazine*

65ª FENINJER  
Primavera/Verão  
2017-2018

Jóias Senha Metais



# Estilos Urbanos

COLEÇÃO

Linha Glam

Jóias cheias de charme  
e magnetismo que é  
puro glamour!





TRAF



COSTANTINI  
50<sup>ANOS</sup>

[www.costantini.com.br](http://www.costantini.com.br)  
[costantini@costantini.com.br](mailto:costantini@costantini.com.br) • 17 3334 8800 • 17 981321800 • São José do Rio Preto-SP • Brasil









COLEÇÃO LUNA EM OURO  
AMARELO 18K E DIAMANTES.

vendas@basel.com.br  
basel.com.br  
11 32410233

**BASEL**  
PREZIOSE

# Salmon

Desde 1977





Salmon

Desde 1977



# Caro(a) leitor(a),

## 10 Motivos para acreditar no Brasil



Escrevo esse editorial no dia 30 de junho. Ontem, dia 29, a Polícia Civil do Rio de Janeiro deflagrou a maior operação de sua história com foco em crimes cometidos pela Polícia militar do Estado. A lista das barbaridades identificadas é um passeio pelo Código Penal e envolve tráfico de drogas, formação de quadrilha, homicídio, corrupção passiva, etc. Isto mesmo, mais de uma centena de policiais militares do estado do Rio de Janeiro estavam cometendo esses crimes. Quando somamos a esse episódio o fato de termos um presidente da República denunciado por corrupção passiva, dois terços do Congresso Nacional sob suspeição, um senador, que obteve mais de 50 milhões de votos para presidente, afastado das funções por ordem judicial, um ex-presidente na iminência de ser condenado judicialmente por ter obtido vantagens ilícitas no cargo, podemos imaginar que o Brasil acabou.

Um bom patriota não se rende. Resolvi identificar dez motivos para se acreditar no Brasil. Percebi que não foi tão difícil como pode se pensar. Vamos lá:

1. O fato de os personagens acima estarem sendo criminalizados demonstra, que apesar das enormes adversidades, nossas instituições funcionam e o Brasil está sendo passado a limpo;
2. No mesmo dia da operação da Polícia civil no Rio de Janeiro, o Conselho Monetário Nacional comunicou que a meta de inflação para o ano de 2019 seria reduzida para 4,25% e para 2020 para 4,0 %. O Brasil aparentemente venceu o flagelo inflacionário;
3. O balanço de pagamentos, relação entre tudo que o país recebe e envia em termos de divisas internacionais, tem batido recordes positivos, e demonstrado que o investidor internacional acredita que o Brasil irá superar suas adversidades;

4. Estamos no meio da “pinguela” que é o governo Michel Temer e até aqui se alterou os critérios para indicação de dirigentes de estatais (muito mais rigorosos a partir de agora), deixamos para trás o pior momento da recessão e a economia começa a dar sinais de recuperação, a reforma trabalhista avança no Congresso e alguma reforma na área da previdência parece que será aprovada;

5. A agenda de longo prazo que realmente importa para o Brasil (aumento da competitividade, combate a corrupção, investimento em educação, revisão do papel do Estado, etc.) começa a ser debatida pela sociedade;

6. Nos últimos anos os programas sociais no Brasil contribuíram significativamente para a queda da pobreza mundial segundo o Relatório de Desenvolvimento Humano da ONU;

7. O valor de mercado das três maiores empresas controladas pela União e cotadas em bolsa subiu mais de R\$ 120 bilhões em apenas um ano. Resultado da nova forma de se gerir o patrimônio público;

8. O Brasil, apesar de seus enormes problemas, continua sendo um país secular, fora da área de interesse do terrorismo mundial, sem questões culturais intransponíveis como o regime de castas Indiano, e sem perspectivas políticas autoritárias como na Rússia;

9. O agronegócio continua a nos dar boas notícias, e, finalmente,

10. Teremos eleições gerais para o Congresso e para presidente em 2018. ●

Forte abraço,

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ecio Morais'.



Ecio Morais,  
Editor





31 4501 3690

atacado@mbarnardes.com.br  
www.manoelbernardes.com.br

 manobelbernardesoficial  
 manobel\_bernardes

 MANOEL BERNARDES

Costantini



---f66---



---f84---



---f92---

08 CARTA DO EDITOR

18 CARTA DO LEITOR

26 ACONTECERÁ  
O melhor da  
65ª FENINJER

36 TENDÊNCIAS  
Lapidação esmeralda:  
Clássico, o corte volta  
a seduzir o consumidor

44 PERFIL DO EXPOSITOR  
Senha Metais é  
referência no segmento  
na América Latina

48 GEMAS  
O charme rústico e  
exclusivo das pedras  
sem polimento

58 TENDÊNCIAS  
Os modelos que  
se transformam

66 TENDÊNCIAS  
Jóias com materiais  
alternativos conquistam  
o consumidor

72 GESTÃO  
Novos conceitos na  
sociedade tornam o  
consumidor mais exigente

80 PANTONE  
PANTONE 19-3748 TPX: Novas  
opções de pedras para suas jóias

84 DESTAQUES  
Fique por dentro das  
novidades do varejo de jóias

92 Conectado  
IBGM valida a primeira  
minuta do Código de Ética  
e Conduta para o ramo



COLEÇÃO ISOLARIO



 **BRÜNER**  
JOIAS PARA TODA A VIDA  
[www.bruner.com.br](http://www.bruner.com.br)

 AMAGOLD

Basel Preziose

---f129---



---f156---



---f104---

104 OPINIÃO  
Brincando com  
a democracia

108 HISTÓRIAS DA JOALHERIA  
As peças revelam o esplendor  
da joalheria indiana

114 NA MODA  
As tendências  
do verão 2018

118 MARKETING  
Redes sociais para  
estreitar o relacionamento  
com o consumidor

122 ALIANÇA  
Safiras conquistam  
as noivas

126 MAIS VAREJO  
Transformado, o luxo está se  
adequando aos novos tempos

129 GUIA DE COMPRAS  
A arte de selecionar  
bons produtos

146 REPRESENTANTES  
Diante da revolução  
digital, o profissional  
precisa se atualizar

150 TRADIÇÃO  
Propriedades relaxantes  
faz a joia ter sucesso  
entre as mães

152 INTERNACIONAL  
Fique por dentro!

156 SEGURANÇA  
Brasil promove  
melhorias no controle  
fiscal e alfandegário

160 SÃO PAULO TUDO DE BOM  
Novidades, pontos badalados e o  
melhor da cidade para você se divertir

166 ONDE ENCONTRAR

168 FENINJER EU VOU  
Anna Depret





Presidente Prudente 55 18 3355-8085

São Paulo 55 11 3885-4485

[www.forumromano.com.br](http://www.forumromano.com.br)

 @forumromano

FORUM ROMANO







Senha  
Metais  
Import's

[www.senhametais.com.br](http://www.senhametais.com.br)

+55 11 3105 7431 . ID 96\* 10309

 /senhametais

 @senhametais



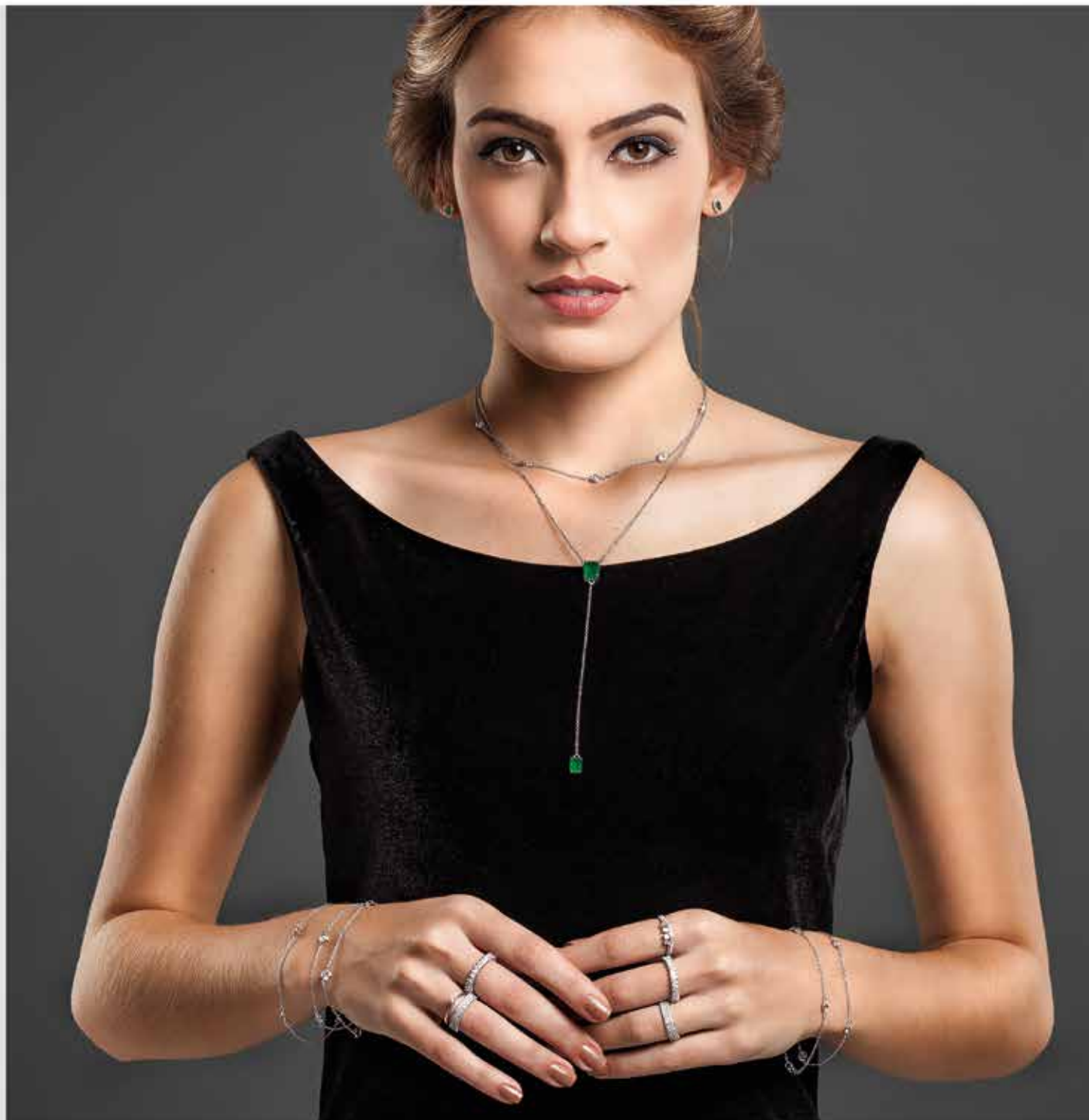


  
**Di ROMA**

Showroom São Paulo




The Office - sala 407 R. Frei Caneca, 558 Consolação-SP 11 2935 3200





  
**Di ROMA**

[diromabrasil.com.br](http://diromabrasil.com.br)

 [diromaoficial](#)  [diromabrasil](#) 17 4009.3500  17 99166.5293



“Quero agradecer ao IBGM e a Prieto&Associados pela gentileza do envio da F. Magazine. Sempre fico curiosa em receber a revista, mas dessa vez minha ansiedade tinha um motivo maior: a publicação de um artigo que contou com a minha participação. A repercussão me surpreendeu, pois recebi feedbacks de amigos e fornecedores. Sinal que a edição contou com uma boa circulação no ramo de joias. E como sempre, a revista está impecável, com matérias interessantes e muito úteis para quem, assim como eu, atua no ramo joalheiro. Muito sucesso para toda equipe. ”

Cristiane Siqueira Miranda  
Anápolis - Goiás

“Considero a F.Magazine um veículo fundamental para o setor por conta dos contatos com novos fornecedores e também pelas matérias que sempre agregam informação e conhecimento. No entanto, gostaria de sugerir uma coluna dedicada às gemas, para ampliar o conhecimento dessa área nos leitores. O Brasil é um dos principais produtores mundiais e a maioria de nossas joias ainda são só de ouro. E dentre as que levam gemas a maioria só utiliza diamante (+80%). ”

Daniel Bertti, Gemólogo  
São José do Rio Preto - SP

“Considero a F. Magazine uma aliada para quem trabalha com joias. A revista sabe dosar novidades com temas atemporais, o que é muito bom. Dessa forma, mesmo quem já está na estrada há mais tempo sempre tem a oportunidade de aprender e atualizar os conhecimentos. ”

Miguel Alcade  
Joalheiro especializado em noivas  
São Paulo - SP

Este é o espaço de interação dos leitores com a F. Magazine. Sua opinião é muito importante para nós! Envie suas sugestões, críticas e elogios para o email atendimento@prietoassociados.com.br



 **NOVARA**

Brasil +55 31 34217171 - [www.novara.com.br](http://www.novara.com.br) - [novara@novara.com.br](mailto:novara@novara.com.br)



# Edição 25 - 2017

Julho - Dezembro | Ano 07

## Realização

Prieto&Associados

## Editor Executivo

Carlos Eduardo Prieto

## Editor

Ecio Barbosa de Morais

## Planejamento

Evandro Prieto

## Diretora de Redação

Cláudia Santana

## Jornalistas

Débora Rodrigues, Juliana Pires Fernandes

## Colaboradores

Marcia Paron, Ricardo Amorim

## Projeto Gráfico

Prieto&Associados

## Direção de Arte

Rachel Fornis

## Assistente de Arte

Julianna Cruz

## Atendimento

Manoela S. Tillmann

## Comercial

Prieto&Associados

## Revisão

Jéssica Prieto

## Imprensa Internacional

Clarissa Maciel

## Impressão

Stilgraf



65º FEMINER  
Primavera/Verão  
2017-2018

Joias *Senba Metais*  
Modelo *Mariana Nunes*  
Fotos *Evandro Rocha*  
Make *Alex Santana*

A F. Magazine é uma produção da Prieto&Associados Ltda. em parceria com o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, com periodicidade trimestral 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](http://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.

*Art Gold*  
Desde 1985

*Clássicos, delicadas,  
revelam a essência feminina...*



55 31 3498-6060 | 3498-1099 | 55 31 9227-0606

email : [marketing@artgoldjoias.com.br](mailto:marketing@artgoldjoias.com.br) | [comercial@artgoldjoias.com.br](mailto:comercial@artgoldjoias.com.br) | [www.artgoldjoias.com.br](http://www.artgoldjoias.com.br)



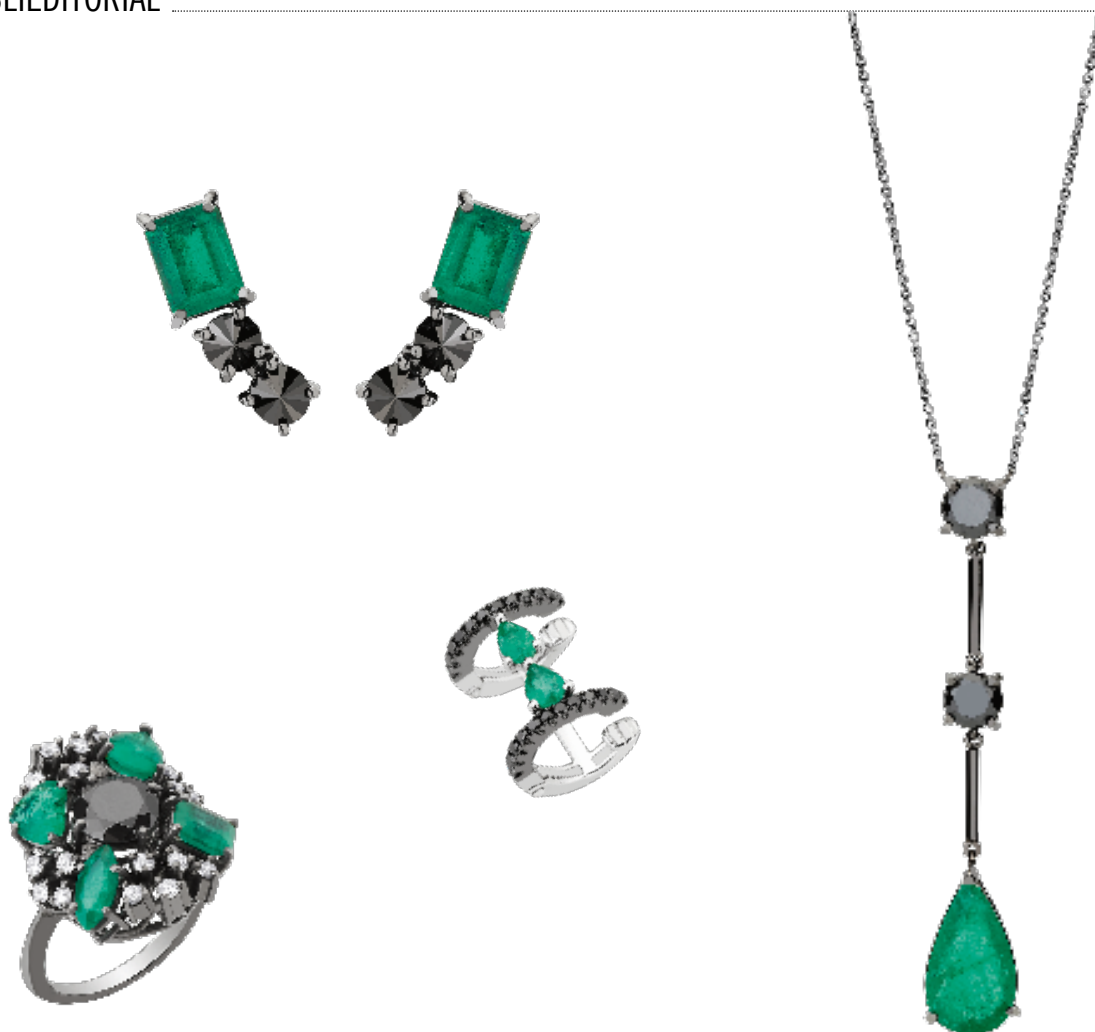
*Benne Fatto*

ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA





*Benne Fatto*  
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA



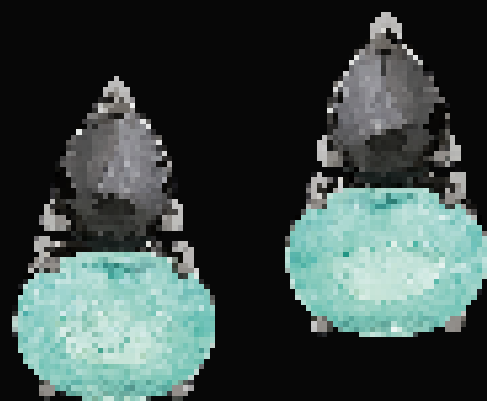
## Luxo com pegada moderna nas joias da Deri Joalheiros

O luxo está bem mais ousado e moderno na nova coleção da Deri Joalheiros. A empresa criou peças que fogem do padrão “caretinha” e aposta em joias ousadas e com design cheio de atitude. A ideia é conquistar o consumidor que deseja um produto com uma proposta urbana, atual, diferenciada e exclusiva.

As novidades destacam a modernidade do ouro negro, elemento que confere às peças uma beleza excêntrica e sofisticada. O metal escuro chega à nova linha da Deri realçando o tom verde das esmeraldas e destacando o brilho sóbrio dos diamantes negros. O resultado é uma coleção com perfume vintage surpreendente e irresistível.

O design acompanha a ousadia dessa linda combinação do black com o verde, repaginando por completo anéis, brincos e colares estilo gravatinha. Para completar, a empresa aposta em joias que vão muito além do tradicional, como os arrojados earcuffs e os piercings, que continuam se destacando com força nas vitrines brasileiras. ●

Para conhecer as novidades da Deri Joalheiros, visite o stand da empresa na 65ª FENINJER. Se preferir um atendimento exclusivo no showroom de São Paulo, agende uma visita através do telefone (11) 3237-4000 ou WhatsApp: (11) 95912-6147.



## Deri Joalheiros

www.derijoalheiros.com.br  
11 5082-1000





65ª Edição - Feira Nacional da Indústria de Joias, Relógios e Afins  
7 a 10 de Agosto de 2017  
Segunda à Quarta - das 10h às 20h / Quinta - das 10h às 18h  
Hotel Sheraton/WTC  
São Paulo-SP, Brasil

## O melhor da 65ª FENINJER

A Feira Nacional da Indústria de Joias, Relógios e Afins é o maior e mais importante evento do setor joalheiro na América Latina. Reconhecida por compradores brasileiros e estrangeiros como referência em joia com design e garantia de qualidade, a FENINJER traçou seu DNA de sucesso ao longo de 64 edições (duas por ano) e tornou-se líder em seu segmento apontando os rumos do mercado, o que a torna palco de difusão de conhecimento e de tendências. São mais de 100 expositores de joias em ouro e prata, gemas e artefatos de pedras, relógios e embalagens, distribuídos no Golden Hall do Hotel Sheraton São Paulo WTC. Sua 65ª edição acontecerá entre os dias 7 a 10 de agosto de 2017 e apresentará, em primeira mão novidades com opções para atender os diferentes perfis de consumidores.

## Conheça o Sheraton São Paulo WTC

Além de abrigar um dos maiores centros de eventos do país, o WTC também possui um dos melhores hotéis de São Paulo, o Sheraton São Paulo WTC. O empreendimento está estrategicamente localizado na região da Berrini, o hotel é perfeito para quem participa da FENINJER e busca serviços de atendimento de alto padrão.

O Sheraton dispõe de 298 acomodações, sendo 67 apartamentos decorados por renomados arquitetos, compondo o conceito exclusivo da Categoria Executive. Além de muita elegância e conforto, o empreendimento oferece serviços exclusivos:

**Personal Closet** – Executivos que viajam muito não precisam carregar malas. Eles têm à disposição um armário para guardarem suas roupas. Elas são cuidadas durante o tempo em que não estão na cidade. Quando voltam à capital, suas roupas estão limpas e prontas para novos encontros de negócio.

**Massagens in Room** – Uma terapeuta fica à disposição do hotel para atender aos hóspedes. As massagens são feitas dentro do quarto, no horário marcado pelo cliente.

**Shoe Shine** – Mordomos e mensageiros oferecem polimento cortesia dos sapatos dos hóspedes.

**Chá da Tarde** – Diariamente, às 17h, são oferecidos aos executivos nos quartos.

**Business Club** – Reuniões também podem ser feitas dentro do próprio hotel, que oferece salas equipadas para esses tipos de encontros.

**Menu de travesseiros** - Mais de dez opções diferentes são ofertadas sem custo adicional na estadia. Os travesseiros vão dos terapêuticos e relaxantes aos ortopédicos.

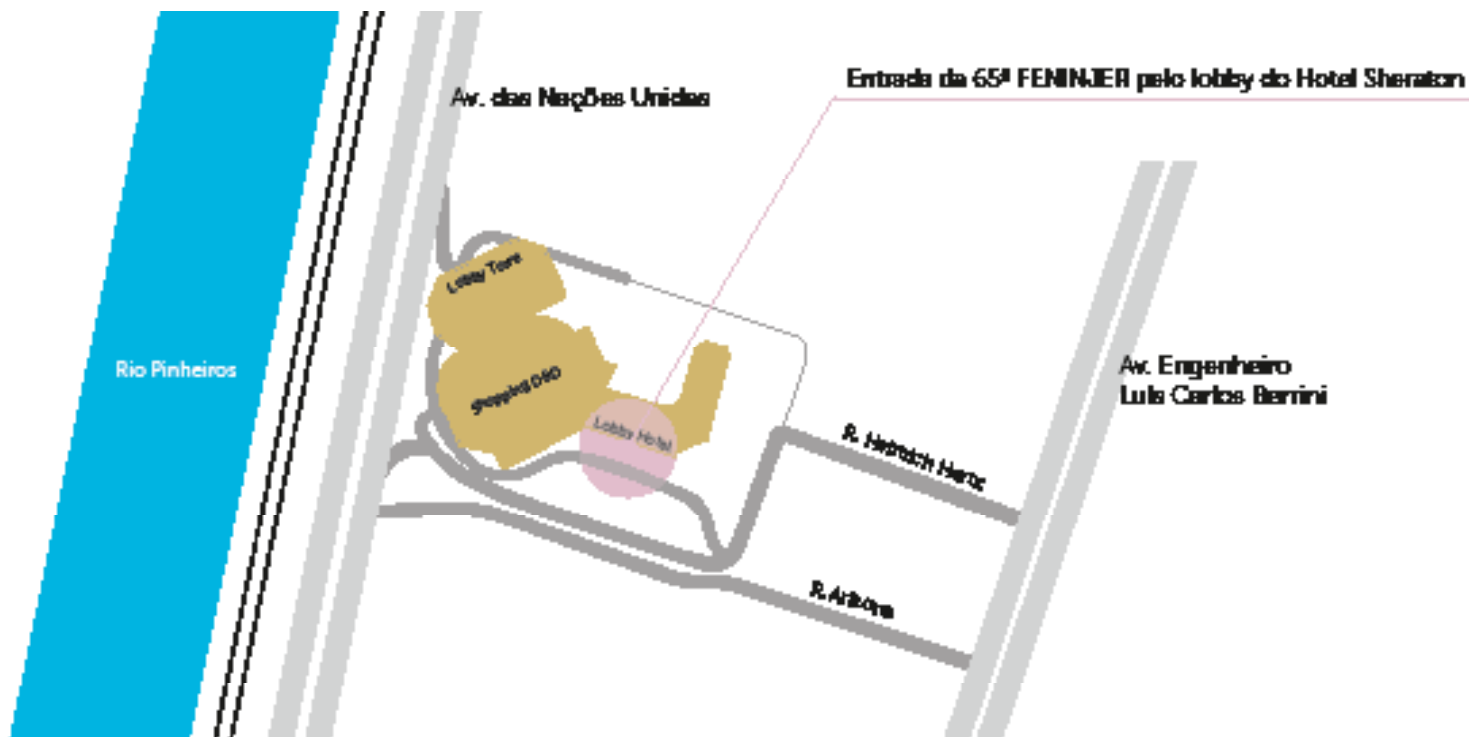
**Shuttle Service** – Transporte disponibilizado pelo hotel que leva os hóspedes aos principais pontos empresariais da região da Berrini. O serviço também inclui transporte aos aeroportos.

**Press Reader** – Plataforma que permite acessar mais de dois mil jornais diários e revistas (nacionais e internacionais) diretamente no computador, tablet ou smartphone. Basta se conectar ao Wi-Fi do hotel.



Avenida das Nações Unidas, 12559, Brooklin Novo,  
São Paulo, SP - Reservas e Informações: (11) 3055-8008  
reservas@sheratonsaopaulowtc.com.br  
www.sheraton.com/saopaulo





Entrada oficial da 65ª FENINIER pelo lobby do Hotel Sheraton - Av. das Nações Unidas, 12.559

## COMO CHEGAR



Veja no google maps sua rota completa



Veja no google maps sua rota completa

### Do Aeroporto Internacional Guarulhos

- 1 - Pegue a Rodovia Dutra até a Avenida Marginal Tietê
- 2 - Siga a Ponte das Bandeiras até a Avenida 23 de Maio
- 3 - Vira a direita na Avenida Jornalista Roberto Marinho (Águas Espraiadas)
- 4 - Siga até a Avenida Marginal Pinheiros
- 5 - O hotel fica no 1º quarteirão, integrado ao D&D Shopping

### Do Aeroporto Internacional Viracopos

- 1 - Pegue a via expressa da Avenida Bandeirantes e siga as placas “Marginal Pinheiros”
- 2 - Passe os Shoppings Eldorado e Villa Lobos e cruze a ponte. Vire a direita e cruze a Ponte do Morumbi. Vire a 2ª esquerda
- 3 - Pegue a Marginal Pinheiros novamente e fique na faixa da direita, logo após passar pela Rede Globo
- 4 - O hotel fica no 1º quarteirão, integrado ao D&D Shopping

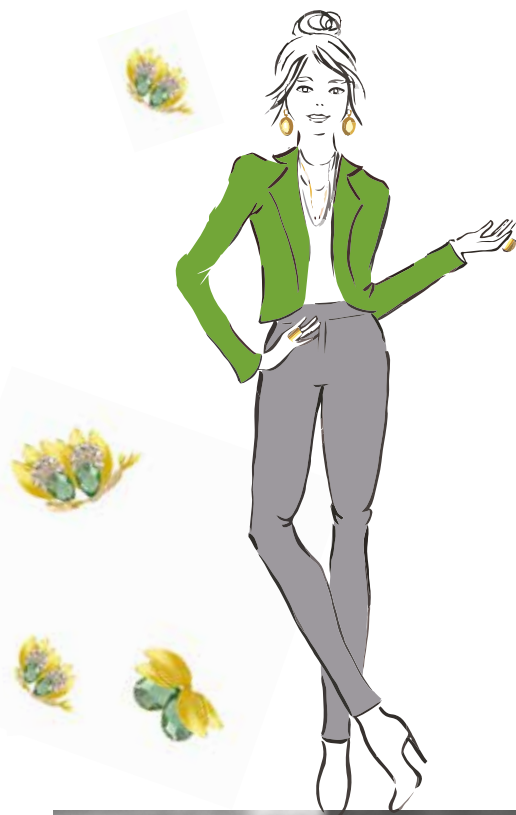
### Do Aeroporto Congonhas

- 1- Pegue a Avenida Washington Luís sentido Av. Interlagos
- 2 - Vire a direita na Avenida Jornalista Roberto Marinho (Águas Espraiadas)
- 3 - Siga até a Av. Marginal Pinheiros e vire a direita
- 4 - O hotel fica na esquina, integrado ao D&D Shopping.



Veja no google maps sua rota completa





## Mais informação, melhor gestão

A gestão volta a ser tema de destaque nas Palestras Magnas da FENINJER, principalmente pelo fato de que hoje, o sucesso de um negócio não está atrelado apenas na escolha de produtos de qualidade e de valor agregado em design. O êxito de uma marca também depende da boa gestão. No domingo, 06 de agosto, dia que antecede a abertura da feira, às 17h, na sala Vivaldi do hotel Sheraton, o IBGM promoverá três apresentações imperdíveis. Vale a pena se programar e conferir!



*Angela Klinké é especialista em tendências de consumo e publisher do Angela Klinké Report, newsletter com análises e informações exclusivas sobre o mercado de luxo e lifestyle. É colaboradora do jornal Valor Econômico, publicação em que foi editora, colunista e articulista por 16 anos. É autora do romance policial 'Luxo & Crime', uma ficção sobre os bastidores do luxo no Brasil.*



*Carlos Ferreirinha é um dos principais formadores de opinião sobre o mercado do luxo e premium na América Latina. Foi presidente da Louis Vuitton no Brasil e, em 2001, fundou a MCF Consultoria, empresa que traduz o luxo em gestão, através de consultoria, assessoria e treinamento. Liderou projetos como a entrada no país das marcas Bentley, Ferrari Store e Burberry e contribuiu com a capacitação de equipes da Tam, Cidade Jardim, entre outros. É colunista de revistas brasileiras, colombianas e argentinas.*

### Joalheria em obras: desafios e inspiração rumo a um novo mercado

O contexto atual da economia traz mudanças, algumas drásticas, que estão exigindo do empresário uma revisão do modelo de negócio. Relevância, transparência e inovação estão na ordem do dia para a longevidade da marca. Para este encontro, o Banco Paulista-Reserva Metais trará a jornalista Angela Klinké para discutir alguns conceitos-chaves que estão em sintonia com as novas exigências comportamentais, mercadológicas, de gestão fiscal e governança.

### Novas competências: como aprender com a inteligência da gestão do luxo

A “Era da Transformação”, onde o dinheiro muda de bolso, traz novos costumes e com eles surgem as demandas por novas competências. As marcas de luxo estão tendo que se adaptar às tomadas de decisões de um consumidor com padrões de exigência muito elevados. A busca pela diferenciação nas ferramentas emocionais, na humanização e nos detalhes é mais do que necessária para alcançar a excelência. O consultor Carlos Ferreirinha fará uma apresentação especial para o público da FENINJER, revelando a forma como as empresas estão se aproximando deste consumidor, que está mais consciente e fazendo apenas compras mais “eficientes”.

### Tendências Primavera-Verão 2017/18: as inspirações para as vitrines da próxima temporada

Apresentação das tendências será uma surpresa!

Muito tem se falado sobre a experiência do cliente para as empresas refletirem e inovarem o seu negócio. Nesta edição a FENINJER resolveu aplicar este conceito na prática e vai apresentar as tendências de uma forma completamente diferente, a começar pelo local de realização destas palestras magnas, que foi alterado para que todos possam “experienciar” uma apresentação absolutamente surpreendente.

### Info Training

Para colocar em ação algumas das boas práticas da Gestão, a organização da feira selecionou uma ferramenta de treinamento para ampliar o repertório de vendas da sua equipe. Esta novidade tem foco comercial e não técnico, é uma cortesia e necessita de confirmação prévia até 21 de julho através do site [www.feninjer.com.br](http://www.feninjer.com.br).  
Dias 8 e 10 de agosto, das 9h às 10h30.



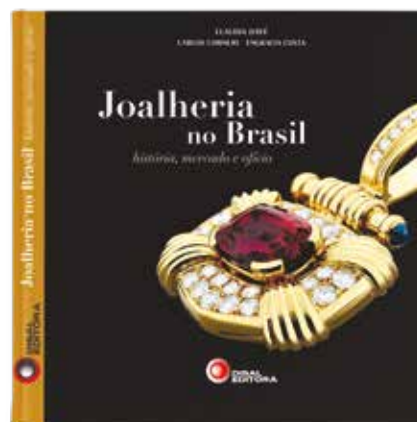
### Diamantes: como encantar o cliente e agregar valor ao atendimento

Esse treinamento abordará o enredo que torna esta gema fascinante aos olhos do consumidor. Seu conteúdo contribuirá para a criação do storytelling de suas coleções que tem o diamante como protagonista. A apresentação será comandada por Fernando Cortés.

*Fernando Cortés tem mais de 30 anos de experiência no mercado nacional de joias e acessórios de moda. É proprietário da Attempore Consultoria, empresa especializada na capacitação de equipes de vendas.*

### Happy Hour Cultural

Mais uma obra nacional sobre joalheria será lançada na FENINJER: “Joalheria no Brasil: história, mercado e ofício”, de Claudia Dayê, Carlos Cornejo e Engracia Costa. Dia 8 de agosto, às 19h, no ambiente da Feira. ●







MÁRCIA MÓR<sup>®</sup>

*Jóias que contam histórias*

55 21 98179-1919  | @marciamorjoias   
marciamor@marciamor.com

[www.marciamor.com](http://www.marciamor.com)








*Design, versatilidade e estilo inovador.*

*Design, versatility and innovative style.*



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

 +55 17 98138-2832

DRW  
JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR



*Peças que transmitem os mais puros sentimentos de fé e devoção.*

*Parts that convey the purest feelings of faith and devotion.*



# A nova era dos earcuffs da Alvorada Joalheiros

Brincos para vestir a orelha ganham proposta repaginada e ainda mais chique

Sim, eles chegaram cheios de atitude, com uma pegada ousada e moderna, arrebatando os corações e as orelhas das fashionistas e das celebridades. Depois se tornaram febre no street style e passaram a ser vistos até mesmo nas coleções de alta joalheria. Estamos falando dos brincos para vestir a orelha, os earcuffs, que entraram definitivamente para o porta-joias das mulheres antenadas.

Para a temporada 2017/2018, a joia vem com uma proposta repaginada e ainda mais chique e arrebatadora, pelo menos no que depender da Alvorada Joalheiros. A empresa está lançando uma coleção simplesmente irresistível, perfeita para quem deseja dar aquele up no visual e investir no próprio estilo!



São earcuffs e piercings de encaixe, que não necessitam de furo e, portanto, são mais flexíveis e ajustáveis na orelha. A nova linha é indicada para quem busca uma joia que saia do comum e destaque a produção com muito charme e requinte. Os brincos são leves e versáteis, e têm engates que permitem serem usados de diversas formas. Esbanjam feminilidade e podem ser usados em uma só orelha ou nas duas, dependendo da proposta do look. ●

Para conhecer essas e outras novidades da Alvorada Joalheiros, visite o stand da marca na 65ª FENINJER. Você vai se encantar com a nova coleção e o atendimento atencioso da equipe.





Assa & Aníbal, S.A. - Rua do  
S.º 12, 21700 - + 351 21 41 11 11



ALVORADA™

1061 III - 4120  
4900 - 150



Clássico, o corte volta a seduzir o consumidor que busca diferenciação e requinte

Benne Fatto



Manoel Bernardes

## Luxo: lapidação esmeralda

DRW Joias



Márcia Mór



De'Lamour



Goldbacker



Fórum Romano



Grupo Inova Joias

A alta joalheria aposta na diferenciação e no requinte da lapidação esmeralda para conquistar o desejo dos consumidores que buscam novidades. O formato retangular ou quadrado, em degraus, com quatro pontas cortadas com aspecto octogonal, volta a dominar as joias impondo um luxo clássico, um perfume vintage simplesmente irresistível.



## TENDÊNCIAS

---

Essa associação está ligada a origem da lapidação, uma das primeiras a ser utilizada para dar brilho aos diamantes. Os lapidários perceberam que, executados de maneira perfeita, os degraus acabam enfatizando ainda mais a cor e a cintilância das gemas. Logo depois se tornou o tipo mais utilizado para polir a esmeralda, e, por isso ganhou o nome de lapidação esmeralda.



De'Lamour

Fórum Romano



Márcia Mór



Grupo Inova Joias



Benne Fatto





MASTER

[www.masterjoias.com.br](http://www.masterjoias.com.br)

[contato@masterjoias.com.br](mailto:contato@masterjoias.com.br)

+55 17 3231 6120

 +55 17 99125-4966

## TENDÊNCIAS



Benne Fatto



Grupo Inova Joias



De' Lamour

Manoel Bernardes



Nas coleções atuais, o formato seduz especialmente as mulheres que exigem diferenciação e exclusividade. Uma ótima pedida para quem deseja um brilho ainda mais requintado, especialmente em se tratando de gemas com cores fortes e marcantes. ●





1



you access and make  
your registration

2



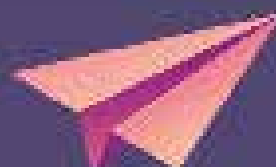
you choose your  
stores and products

3



you place the products  
you want in the cart

4



order in your email



IBGM

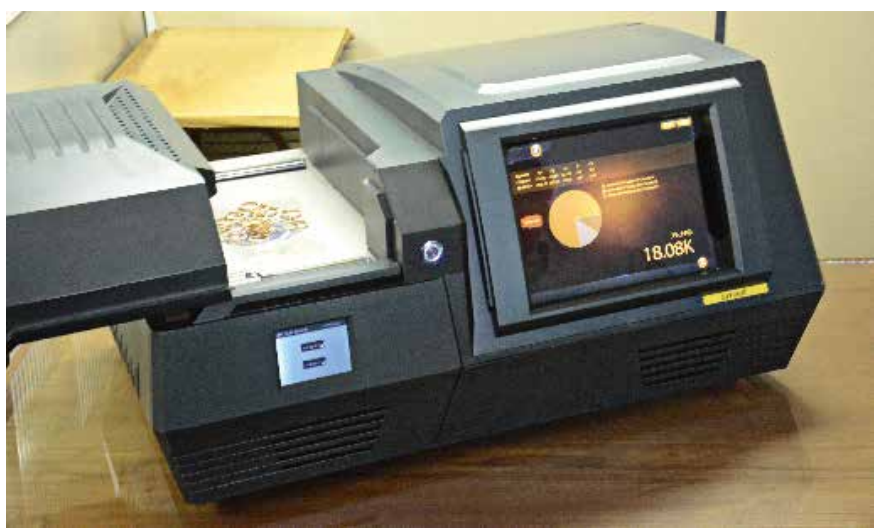
ITN INOVIRTUAL

Facil, pratico, inovador!

365 dias por ano, 24h por dia



Empresa investe na atualização dos grandes clássicos da joalheria para conquistar o desejo do consumidor moderno



## Pioneirismo, tradição e qualidade nas joias Guindani

No ramo joalheiro, onde o peso da tradição é medido em quilates, a Guindani fez história e se tornou uma das empresas mais conceituadas do mercado. Ao longo de seus 75 anos de atividade, a marca se consagrou fabricando peças de alta qualidade, além de oferecer variedade e atendimento diferenciado. No entanto, a empresa não vive das glórias do passado e aposta na modernidade para manter seu brilho no setor.

Situada no Rio Grande de Sul, a Guindani atua em todo território Nacional, e a cada dia, suas coleções conquistam mais destaque nas principais joalherias do País. O segredo desse sucesso se baseia em dois pontos fundamentais do DNA da fábrica. O primeiro é a qualidade da confecção de suas peças, que são desenvolvidas com modernos maquinários e um rígido controle de qualidade, atestado, inclusive por um espectrômetro, equipamento de última geração que garante o teor do ouro 18K utilizado nas joias da marca.

Outro diferencial da Guindani está no design de suas peças. A marca aposta nos grandes clássicos da joalheria, uma linha básica que nunca pode faltar no ponto de venda, mas conferindo a eles uma leitura mais atual e moderna. Dessa forma, consegue renovar o desejo do consumidor pelas eternas argolas, colares de corações e joias infantis, entre outras peças. ●

Para a 65ª FENINJER, a empresa está preparando muitas novidades em ourivesaria, além de uma linha especial de brincos e pulseiras ocas, de extrema leveza e design arrojado. Visite o stand da Guindani na feira e confira todos esses lançamentos!





**G**  
**GUINDANI**

51 3227 5512 [guindani@guindani.com.br](mailto:guindani@guindani.com.br)





## Quando a tradição joalheira é devota aos melhores sentimentos e sensações

Empresa apresenta novidades que representam o prazer de presentear e de ganhar joias

Há mais de 30 anos no mercado, a Senha Metais é referência no segmento na América Latina. Reconhecida pelo design, inovação e qualidade, diferencia-se pela crença de que uma joia é muito mais valiosa do que a soma dos materiais nobres utilizados em sua produção. Uma joia é eterna, passada de geração em geração, envolta de sentimentos e tradições. Um momento de grande prazer, tanto para quem presenteia, como para quem é presenteado.

Para atingir a autoridade e reputação que a Senha Metais desfruta, foram buscar na Itália, com os melhores produtores de joias do mundo, os conhecimentos e equipamentos para produzir no Brasil tais obras primas. Critérios exclusivos de montagem foram importados, almejando a perfeição da peça final e satisfação plena do cliente. A empresa conta com assessoria constante dos melhores artesãos para sempre aprimorar a obra de arte

a ser elaborada. Além de se dedicar à produção quase artesanal de peças únicas, a empresa também se preocupa em proteger o interesse do consumidor pela certificação Amagold de utilização de ouro 750, selo que exige tradição de mercado e testes constantes na qualidade de mercadoria.

A busca incansável da originalidade e versatilidade nas criações da Senha Metais são expressas nos produtos que impressionam nos detalhes como nas coleções das pulseiras lançadas em 2016. A linha Momenti, com encantadores berloques colecionáveis, são tendências para o consumidor, com itens para todos os gostos e idades.


O divino e o profano, o lúdico e o místico. As diferenças entre as pessoas que apenas gostam ou aquelas que se apaixonam. Mesmo com essa variação de intensidades e particularidades, os criadores das obras-primas da Senha Metais são capazes de captar e transcender cada detalhe. ●




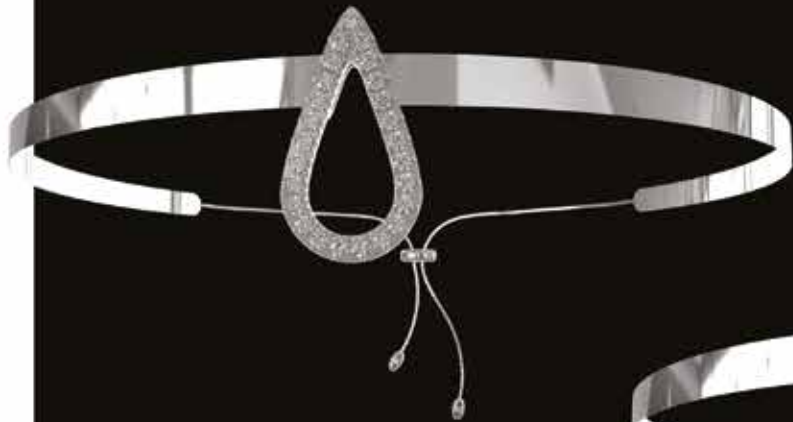
Senha  
Metais  
Import's

[www.senhametais.com.br](http://www.senhametais.com.br)

+55 11 3105 7431 . ID 96\* 10309

 /senhametais

 @senhametais



BRIGHT  POINT  
DIAMOND JEWELRY



# BRIGHT POINT



DIAMOND - JEWELRY  
LOW COST

ALCANTARA



**BACKER**  
DESIGN

Tel.: 55 13 3223-1386 | 19 99713-1386   
backerdesign@backerdesign.com.br

 bright\_point\_jewelry  Bright Point

Ferinjer  
FIRJA Club Med  
FIRJA Windsor Rio  
Gold Express



Atelier 7G

55 19 99713-1386   
encomendas@atelier7g.com.br



O charme rústico e exclusivo das pedras sem polimento chega às joalherias tradicionais



Biwa

As gemas brutas ou com pouco polimento são protagonistas em joias que esbanjam charme e personalidade. Se antes esse estilo era visto como “alternativo”, agora virou hit de moda e conquistou até mesmo as vitrines das joalherias mais tradicionais.

Biwa



Márcia Mór



Isso porque a assimetria das pedras, com seu charme rústico, quebrou de vez a barreira com o público que deseja uma joia mais exclusiva e com cara de artesanal. Afinal, todos querem ser únicos!



Biwa



Colares, pingentes, pulseiras e anéis entram nessa trend que privilegia a simplicidade e a beleza natural dos minerais.



Mércia Mór



DE L'AMOUR

RIO DE JANEIRO

(21) 2139. 5858 (21) 99389. 7206  
WWW.DELAMOUR.COM.BR

INSTAGRAM: @DELAMOURJOIAS | FACEBOOK.COM/DELAMOURJOIAS

Márcia Mór



Márcia Mór

Rústico, esse mood vem com uma pegada bem moderna e atualizada, que explora a beleza do contraste do ouro brilhante e bem polido com as pedras sem acabamento. Um charme difícil de resistir! ●







# Estilos Urbanos

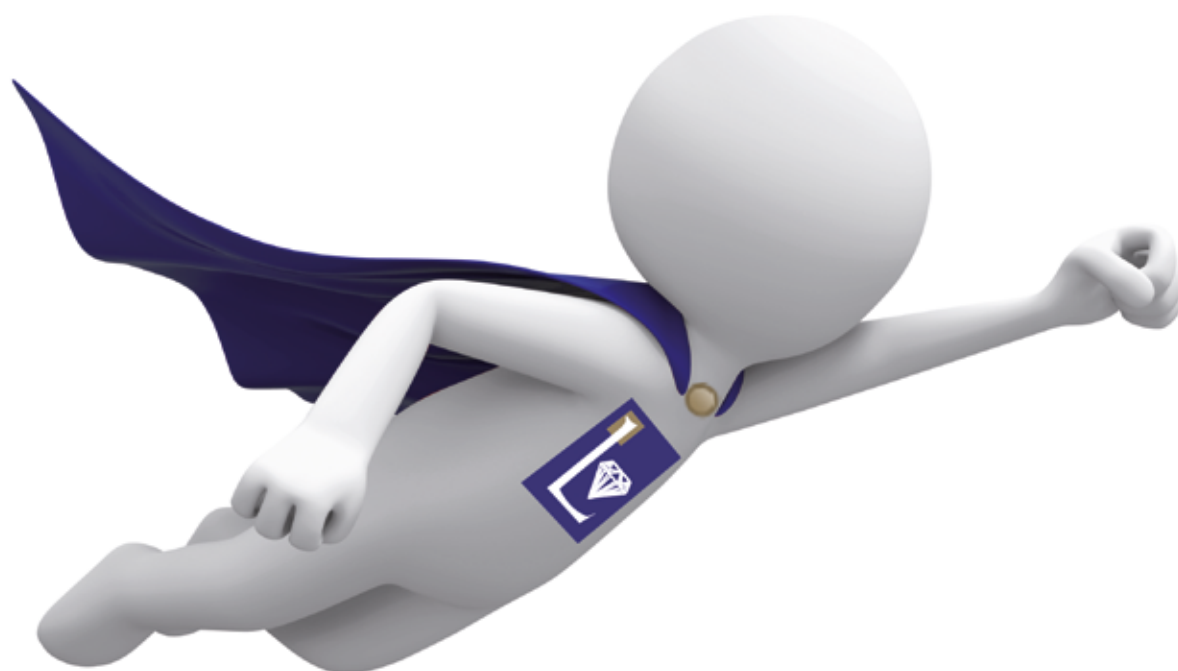
COLEÇÃO

Linha Vivaldi

Gemas coloridas para momentos especiais.

# Seguro para joalherias?

Conte com os *super poderes* que só um *seguro Lloyd Continental* tem.





Faça já um *seguro para a sua joalheria* e tenha a *tranquilidade* de contar com o *super poder* das nossas coberturas:

mb



Mercadorias mantidas em estoque no estabelecimento



Mercadorias em feiras e exposições



Mercadorias em trânsito Brasil/Exterior



Riscos especiais e extorsões simples



Mercadorias em envio: entregas expressas, correios, malote, etc.



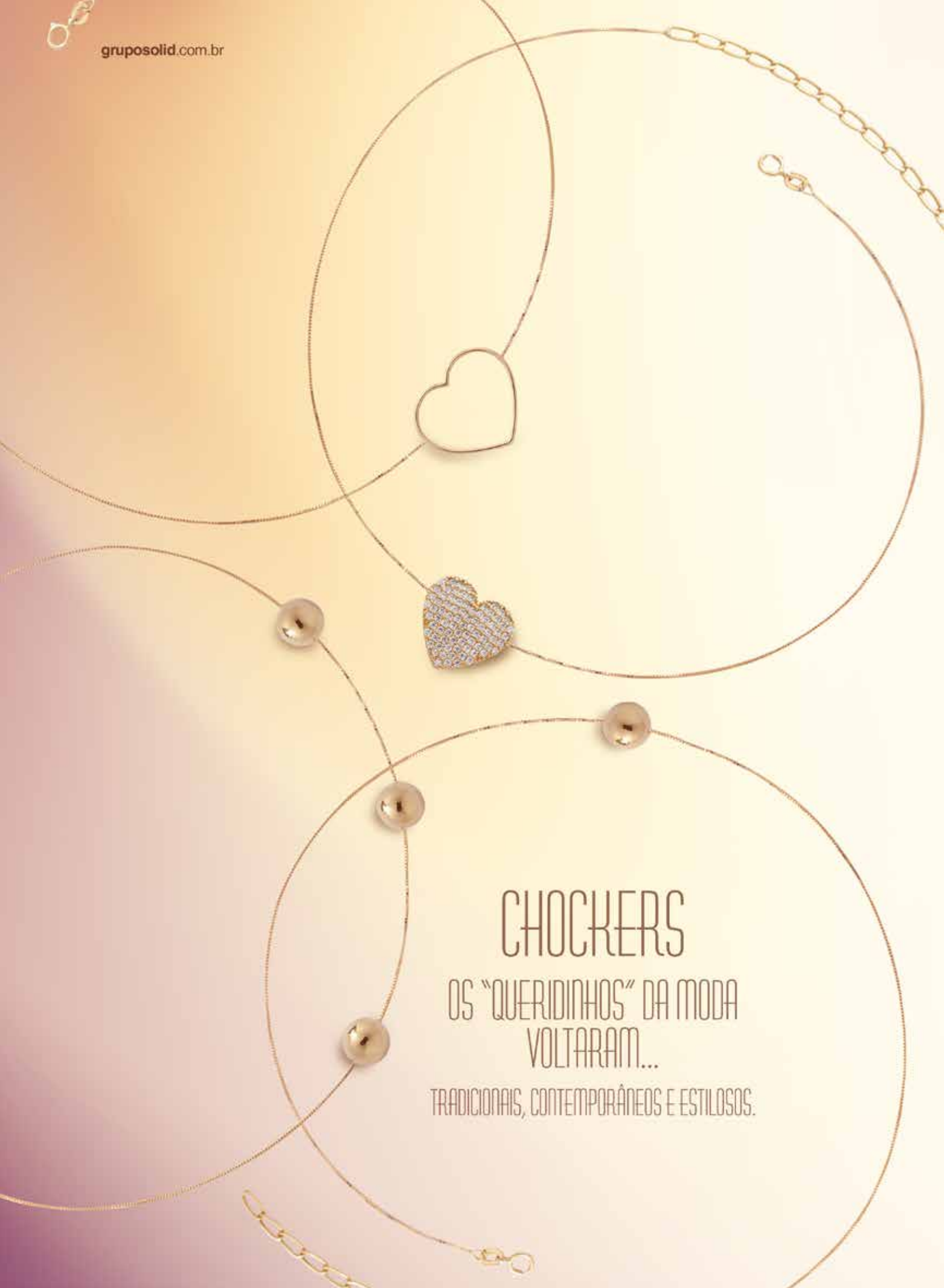
Mercadorias recebidas sob custódia de clientes

Cote também nossos outros seguros: EMPRESA | VIDA | AUTO.

LLOYD CONTINENTAL

CORRETORA DE SEGUROS





# CHOCKERS

OS "QUERIDINHOS" DA MODA  
VOLTARAM...

TRADICIONAIS, CONTEMPORÂNEOS E ESTILOSOS.





Fotos Ilustrativas - livara.com.br

GRUPO  
**SOLID**

FORMADO PELAS EMPRESAS

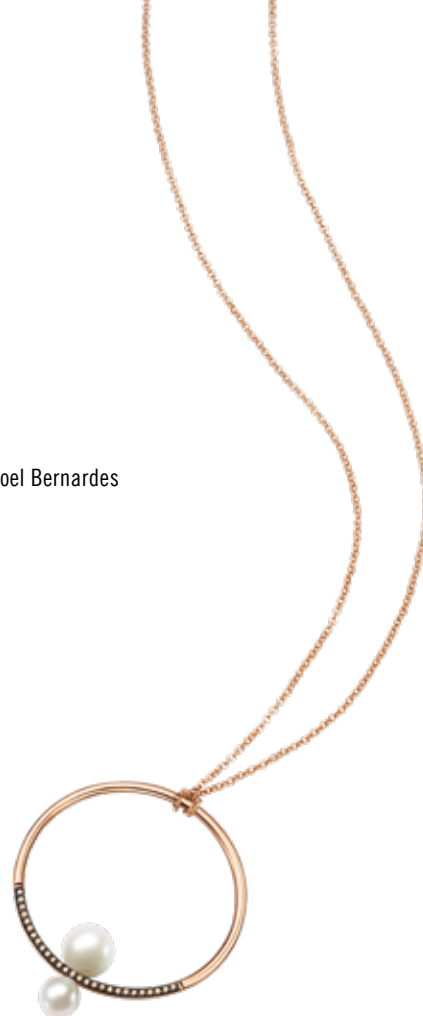


(17) 3216 9050 . comercialrp@gruposolid.com.br  
São José do Rio Preto . SP



Os modelos que se transformam e possibilitam interação são a joia da vez nas vitrines

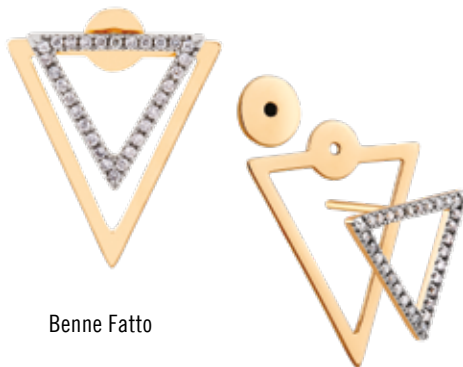
Manoel Bernardes



Grupo Inova Joias



Biwa



Benne Fatto



NF Joias



Master Joias



Márcia Mór

## A vez dos leves e versáteis

Na joalheria, muito do que se cria, hoje se transforma. Pelo menos nas coleções modulares, feitas para atender a eterna vontade das mulheres de usar as suas peças de várias formas diferentes. Nessa linha, que tem crescido no ponto de venda, a palavra de ordem é versatilidade. Quanto mais a joia puder ser desmembrada e assumir uma identidade nova, melhor!



# TENDÊNCIAS



O conceito não é novo, mas vem sendo revisitado, permitindo que o consumidor interaja cada vez mais com a peça e monte versões de acordo com seu próprio desejo. Explorando ao máximo a criatividade, a indústria não decepciona e investe em modelos versáteis e surpreendentes.





# Mandala

. N F J O I A S .

Seu cliente personaliza como desejar  
e você aumenta suas vendas.

PlanetaSim

Mandala é a nova joia que a NF Jolas está lançando para encantar seus clientes. Nela é possível personalizar nomes, imagens, frases e ainda acrescentar a gema referente ao mês de nascimento de um filho, de algum bichinho de estimação ou de uma pessoa querida que você deseja carregar próximo ao seu coração, em uma homenagem única, especial e eterna.



**Nf** JOIAS

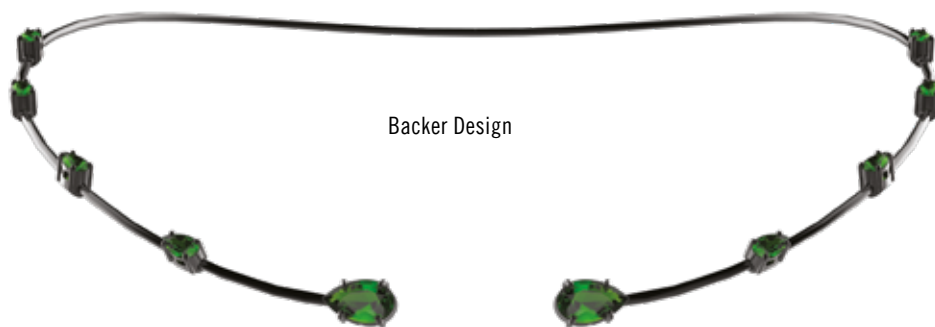
*Com design e com afeto*

# TENDÊNCIAS

Benne Fatto



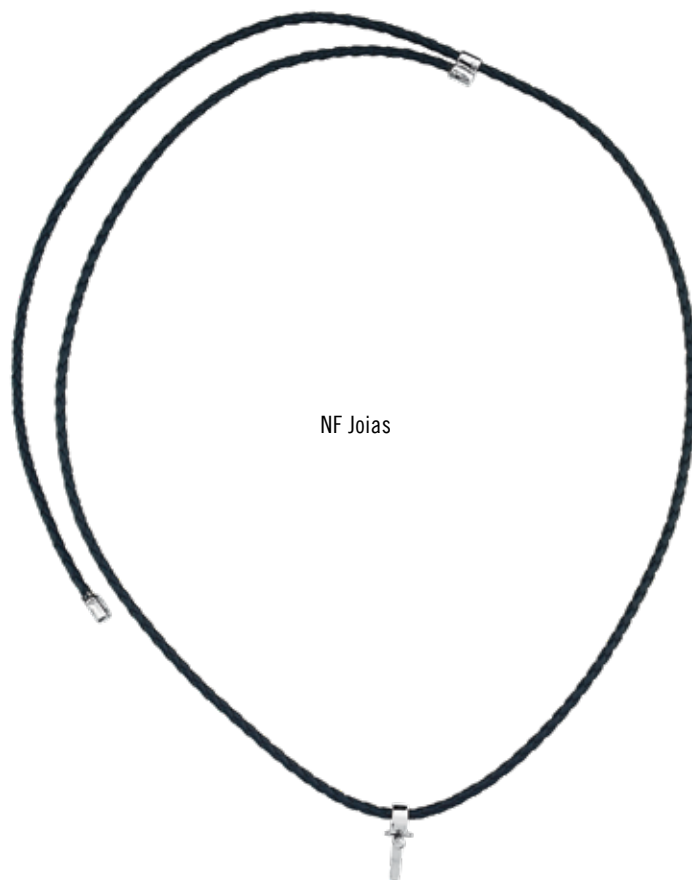
Backer Design



Biwa



NF Joias



São peças leves e desmontáveis, que oferecem múltiplas possibilidades de combinações, podendo fazer parte tanto em composições casuais, quanto em looks mais elaborados. Confira as novidades! ●



# Denoir

Phone 55 11 3888 4455

65ª Feninjer





LINHAS **EXCLUSIVAS**  
EM **PRATA 925**

**CADENA**





Coleção  
*Realizações*

DESIGNER

# CADENA

Rua Campo Sales, 512 - Guaporé/RS - Cep: 99200-000  
Tel: +55 51 3212 3041 - [cadena@cadenajoias.com.br](mailto:cadena@cadenajoias.com.br) [www.cadenajoias.com.br](http://www.cadenajoias.com.br)



Mantendo o equilíbrio entre a sofisticação e a simplicidade, joias com materiais alternativos conquistam o consumidor que busca ligação com a natureza



Benne Fatto



Costantini

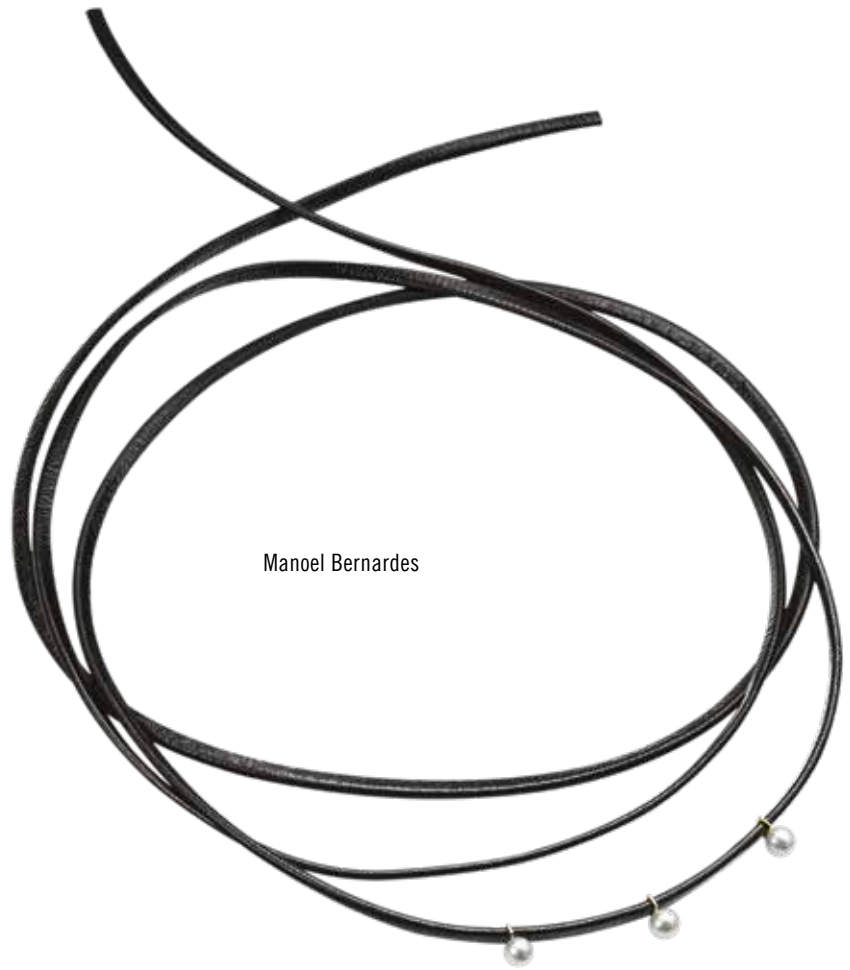
## Via alternativa

Nem só de ouro e pedras preciosas vive a joalheria – que o diga René Lalique, que por volta de 1880 inovou ao introduzir vidro, esmalte, couro, marfim, nácar e outros materiais até então pouco utilizados na criação de joias. Hoje, com o conceito de sustentabilidade se consolidando e o consumo consciente





Márcia Mór



Manoel Bernardes



Biwa



Goldbacker



Forum Romano

## TENDÊNCIAS



mudando a percepção do consumidor, a joalheria intensifica uma saudável e necessária reaproximação com a natureza. Os materiais considerados “alternativos” ganham ênfase e se tornam destaque não apenas em coleções exclusivas, mas até mesmo em linhas mais comerciais. Madeira, couro, cerâmicas,



# MUITO ALÉM DE UMA JOIA UMA NOVA PERSPECTIVA

O diferencial nem sempre é visível aos olhos

- O MAIS MODERNO E ATUALIZADO PARQUE FABRIL
- ATUALIZAÇÕES EM FEIRAS INTERNACIONAIS
- MAIS DE 1000 LANÇAMENTOS ANUAIS
- COLEÇÕES EXCLUSIVAS E INOVADORAS
- TREINAMENTO PARA O VAREJO
- CERTIFICAÇÃO AMAGOLD



## VENHA PARA A 65ª FENINJER E SURPREENDA-SE!

De 07 a 10 de agosto de 2017 | Segunda a Quarta - das 10:00 às 20:00 / Quinta - das 10:00 às 18:00

WTC - Av. das Nações Unidas, 12.551 - Brooklin Novo - São Paulo-SP-Brasil - **Stand 15A**

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

GRUPO  INOVA  
joias

A NÚMERO 1 EM TECNOLOGIA DE FABRICAÇÃO NO BRASIL





Biwa



Forum Romano



Manoel Bernardes



Costantini



Márcia Mór

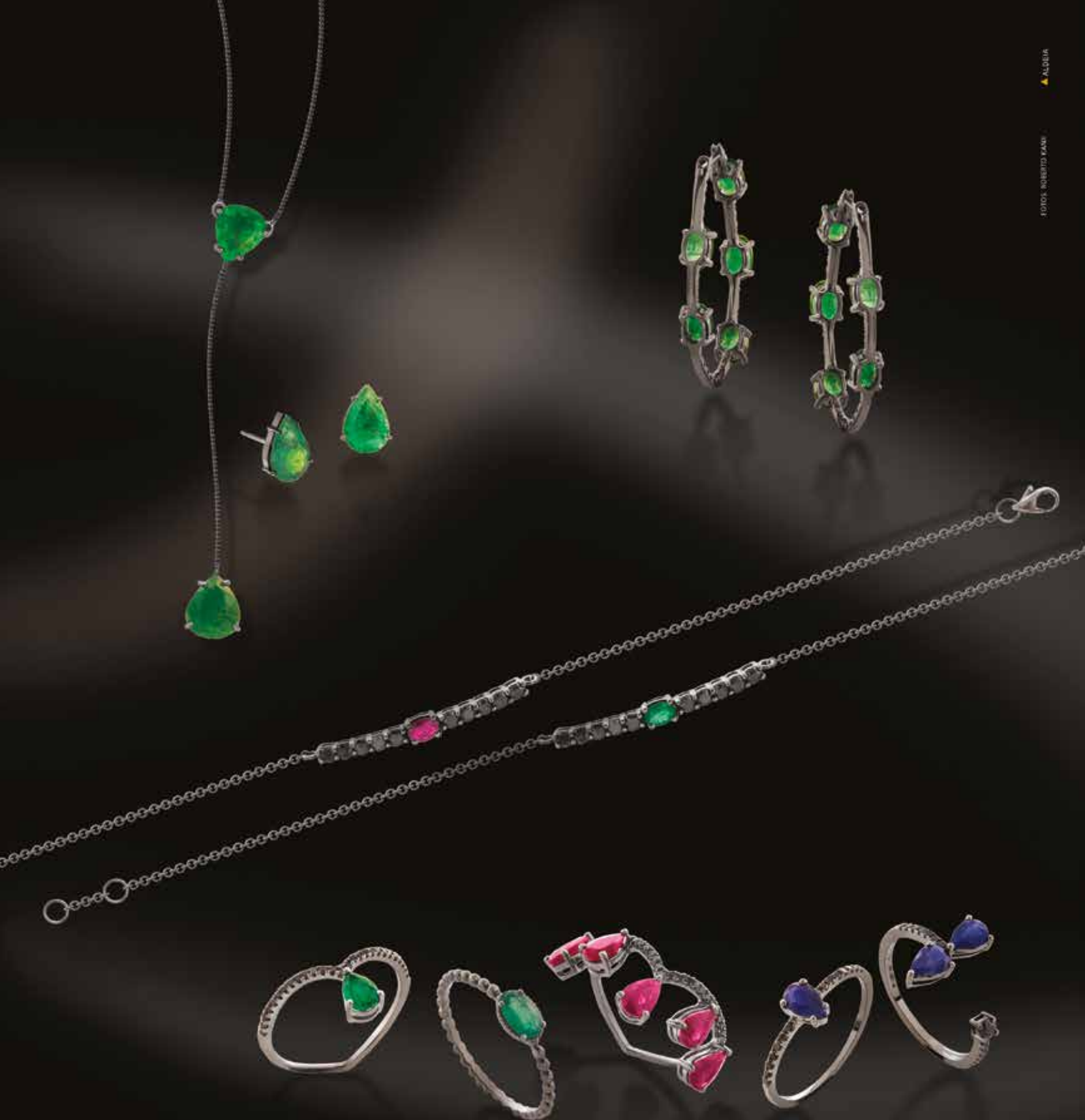


Goldbacker



Benne Fatto

conchas e uma infinidade de elementos naturais entram em cena tirando as joias do convencional. As peças inspiram o desejo de mudança no estilo de vida. Representam um convite para deixar a ostentação um pouco de lado e abrir espaço para projetos mais rústicos e naturais. A proposta é manter o equilíbrio entre a sofisticação e a simplicidade, mantendo a essência da beleza das joias. ●



ALMAZ

Tel.: 55 11 3262-0909 / Fax: 55 11 3251-0091 /  55 11 99820-3430  
contato@almaz.com.br

[www.almaz.com.br](http://www.almaz.com.br)



Com tantos conceitos sendo revistos na sociedade, o consumidor deseja uma interação mais profunda e real com as empresas

## A transparência revolucionando o novo modelo de gestão

Já é fato: mais empresas, independente do setor em que atuam, têm buscado uma gestão mais aberta e transparente, inclusive no mercado de luxo. O que causou essa mudança? “Vivemos em um contexto onde a transparência é exigida pela sociedade, novas gerações, novos consumidores e novas relações”, contextualiza Fabiana Mendes, sócia-diretora da GS&Friedman, uma das maiores empresas na área de treinamento para varejo. “Houve uma profunda e fundamental transformação do consumidor e de seu papel. E, seja fomentando a comunicação instantânea como meio,

seja democratizando a informação, a tecnologia transformou irreversivelmente a forma como as pessoas se relacionam entre elas e com o mundo que está ao seu redor”.

E esse movimento atingiu o mercado de luxo. Cada vez mais, empresas tradicionais buscam ouvir e interagir com seu público em função do perfil do novo consumidor, mais exigente e mais ciente de seu papel. A ruptura traz novos modelos para as indústrias, inclusive a joalheira, que passam a ter de ouvir mais os influenciadores e a se preocupar com o impacto que causam



“A ruptura traz novos modelos para as indústrias, inclusive a joalheira, que passam a ter de ouvir mais os influenciadores e a se preocupar com o impacto que causam no meio ambiente, com os processos e materiais adotados, com o valor real do trabalho entregue”

no meio ambiente, com os processos e materiais adotados, com o valor real do trabalho entregue. Afinal, consumidores exigem que a ética seja levada à sério. Segundo a especialista, os consumidores já não são tão facilmente seduzidos por discursos vazios de propósito e querem participar mais dos processos das empresas. “Ter uma gestão mais transparente tem a ver com a busca e a necessidade que as empresas têm de serem, de fato, essencialmente abertas”, avalia Fabiana. “O consumidor deseja uma interação mais profunda, mais real e calçada na verdade. Não adianta parecer, tem que ser”.

Com tantos conceitos sendo revistos, a liderança sofre uma pressão ainda maior em tempos tão voláteis. “Temos em nossas empresas e muitas vezes em nossas próprias equipes gerações diferentes e de valores absolutamente ambíguos”, diz Fabiana. E nesse ambiente coexistem as gerações Boomers, Geração “X” e os Millennials. “Seus propósitos e percepções em relação a eles são completamente diferentes”, lembra a consultora da GS&Friedman. Aquela antiga resposta de uma liderança autoritária e competitiva se transformou para uma liderança coach, engajada por uma cultura de propósito, inspiração e integração. “Um modelo único de liderança não existe mais, agora trata-se de um mais flexível, oportuno e circunstancial para cada situação”, explica. “Flexibilidade passa a ser a chave, bem como, a reinvenção diária: das pessoas, do negócio, da atuação empresarial e principalmente do próprio líder”.



“ *Várias leis e acordos contra a corrupção estão presentes no universo empresarial a fim de garantir negócios confiáveis e seguros que gerem desenvolvimento para a sociedade* ”

Considerando os aspectos legais e de compliance, a gestão empresarial voltada para a competitividade requer inúmeros instrumentos baseados em controles operacionais e financeiros, porém a transparência exige ações íntegras dos gestores para ampliar a visão e a confiabilidade das organizações. Várias leis e acordos contra a corrupção estão presentes no universo empresarial a fim de garantir negócios confiáveis e seguros que gerem desenvolvimento para a sociedade.

Neste contexto, de forma regulatória, a transparência tornou-se instrumento que agrega valor às empresas e aumenta a sua competitividade empresarial à medida que entramos na “Era da Informação”. Fabiana ainda explica, que a conexão contínua das pessoas no mundo virtual, seja para se relacionar ou promover transações comerciais, pode fazer com que surjam inúmeros questionamentos das atividades empresariais. “Dados duvidosos de produtos ou serviços, informações não confiáveis ou inexistentes podem comprometer significativamente os recursos organizacionais”, descreve. Para ela, outro aspecto relevante e significativo em termos de vantagem competitiva está relacionado à manutenção de pessoas conectadas à organização, seja pela fidelização de clientes ou através da atração e retenção dos melhores profissionais para a empresa.



“A transparência no ambiente empresarial é fruto de gestores preparados e seguros para lidar com a verdade. Lideranças autoritárias dificilmente estarão abertas a implementar e sustentar uma cultura transparente ”

“Para que a transparência se torne fator de competitividade é necessário disseminar a informação”, considera Fabiana. “A transparência no ambiente empresarial é fruto de gestores preparados e seguros para lidar com a verdade. Lideranças autoritárias dificilmente estarão abertas a implementar e sustentar uma cultura transparente”. Por isso, aqueles que estão atentos às sugestões de melhorias nos processos e tenham o hábito da gestão participativa conseguirão criar ambientes empresariais cuja troca de informações

não seja um problema e sim a solução de conflitos que impactam os negócios.

A especialista reforça que só se pode ser transparente quando se entende claramente a que se veio. E existe um ponto muito difícil e crucial que decorre antes de ser transparente que é: reconhecer-se. “Uma empresa transparente é uma empresa forte em si mesma”, diagnostica. “Transparência é quem você é, não quem você deseja ou se monta para parecer ser”, sintetiza. ●







## Grupo Ilumini Joias

Presente no segmento joalheiro a mais de oito anos, o Grupo Ilumini Joias leva a seus clientes e parceiros, joias com fino acabamento, riqueza de detalhes e sensibilidade em relação às necessidades do mercado.

Tendo as gemas como o “oriental” em nosso trabalho de criação, buscamos o máximo de cuidado nas lapidações aplicadas e o impacto visual que irá proporcionar em nossas peças.

Somando essas características, temos o prazer de oferecer joias elaboradas, confortáveis e acessíveis ao mercado nacional.

Utilizando nossas experiências passadas, vivendo o presente e olhando para o futuro, acreditamos que o nosso trabalho irá atender as expectativas geradas aos nossos consumidores.

GRUPO  
**ILUMINI**  
JOIAS



Aneis e colares em Ouro 18K Esmeraldas, Brilhantes brancos e negros

55 11 3661-8871

 /grupoilumini

 @ilumini\_joias

# Toda forma de amor vale a pena

Alianças Ninfa acompanha a evolução dos relacionamentos e oferece opções para todos os apaixonados

O poeta já dizia que toda forma de amor vale a pena e que qualquer maneira de amor vale amar. Ele estava certo! Diante da revolução dos costumes, os relacionamentos mudaram e alguns símbolos estão sendo revistos, inclusive na joalheria. Um deles é a aliança, que há mais de 3.000 a.C. era usada pelos egípcios e pelos hindus para representar o elo de amor entre um homem e uma mulher.

O anel de forma circular, que simboliza amor eterno, sem começo, nem fim, resistiu solidamente à passagem do tempo e hoje conquistou um sentido muito mais amplo. Ainda hoje é a principal representação dos laços afetivos entre pessoas que se amam, independente da opção sexual. Esta joia também deixou de ser peça exclusiva de um determinado tipo de relação. Não é mais necessário um noivado ou casamento para se usar uma aliança. Basta que haja amor e a vontade de tornar esse sentimento público.

Acompanhando essa evolução, a Alianças Ninfa, empresa que desde 1966, oferece as mais lindas joias para os apaixonados, diversificou ainda mais sua linha de produtos. A fábrica, que é uma das mais bem conceituadas no Brasil, oferece opções para todos os gostos. Existem modelos clássicos e tradicionais, anatômicos (Patente Ninfa) ou convencionais, diversas larguras, lisas ou desenhadas, com ou sem diamantes e peças mais modernas que combinam ouro de diversas tonalidades. Além disto, existem opções entre os diversos teores, sendo os principais utilizados no Brasil: 18K, 10K e 9K.



Os casais podem escolher o modelo que de fato melhor os represente, sem regras e sem censura; vale tudo, desde que o par seja escolhido com amor e carregue a intenção de um sentimento eterno enquanto dure. ●

Para conhecer as coleções e os lançamentos NINFA, não deixe de visitar o stand da empresa na 65ª FENINJER.



COLEÇÃO  
*Ninfa*<sup>®</sup>  
Union



...Todo amor é possível



Alianças  
*Ninfa*

(55 11) 3105-5012  
[www.ninfa.com](http://www.ninfa.com)

## PANTONE 19-3748 TPX



Iolita



Ametista

Ametista, charoíta, fluorita, iolita e tanzanita são boas opções para representar a cor na joalheria

“A cor é uma mistura de vermelho e azul, embora seja um tom completamente distinto, estará em evidência na 65ª FENINJER”

## Prism Violet é destaque na cartela de cores para a primavera/verão 2017/2018

Um dos destaques da cartela de cores para a Primavera-Verão 2017/18 é o PANTONE® 19-3748 TPX Prism Violet. A cor é uma mistura de vermelho e azul, embora seja um tom completamente distinto. Ela estará em evidência na 65ª FENINJER, revelando oportunidades preciosas para as joias com ametistas, charoítas, fluoritas, iolitas e tanzanitas.



Charoita



Fluorita



Tanzanita

“ O tom transmite autoridade, aumenta o poder de concentração e desperta o interesse dos outros. Por esse motivo, é aconselhável para quem precisa se expor e falar em público, pois a cor ajuda a ter mais foco e conquistar o respeito dos outros ”

Nas gemas, o violeta simboliza o equilíbrio entre a matéria e o espírito, a terra e o céu, os sentidos e a razão. A cor tenta unificar a impulsividade do vermelho com a delicadeza do azul, tornando-se representativo dessa união mística e praticamente perfeita. O tom transmite autoridade, aumenta o poder de concentração e desperta o interesse dos outros. Por esse motivo, é aconselhável para quem precisa se expor e falar em público, pois a cor ajuda a ter mais foco e conquistar o respeito dos outros.

Na moda, o Prism Violet confere um colorido sóbrio e sofisticado às produções. O roxo é uma das poucas cores que combinam perfeitamente com tons de sua mesma cor, além de ir muito bem com o branco, preto, rosa, amarelo e verde. Fica lindo usado como foco de atenção dos looks, especialmente com statement rings, maxi brincos ou colares poderosos. Perfeito para ressaltar a beleza das joias. ●





# Magnetismo Feminino



O Grupo MC Joias tem como missão produzir e comercializar joias que cause emoção beleza e elegância.

Com mais de 30 anos de experiência, contamos com profissionais sendo constantemente treinados e capacitados para melhor atender às suas necessidades. Para oferecer produtos e serviços de alta qualidade, inovadoras e de bom gosto estamos sempre de olho nas tendências e novidades, com dicas e conselhos semanais através de meios de comunicação, estando sempre pertinho de você, venham conhecer.

MC<sup>®</sup>  
MORAES E CARVALHO  
JOIAS

[WWW.GRUPOMC.COM.BR](http://WWW.GRUPOMC.COM.BR)



## Temporada de novidades e muito brilho

Fique por dentro das  
novidades do varejo de joias

“A peça de destaque remete ao  
principal acessório da heroína, os  
famosos braceletes dourados”



### Inspiração da tela para as vitrines

Sucesso nas telas do cinema, a Mulher Maravilha também brilha nas vitrines de joias. A heroína inspirou a Dryzun a trabalhar em sua comunicação a linguagem de joias especiais para as mulheres se sentirem ainda mais empoderadas. A peça de destaque remete ao principal acessório da heroína, os famosos braceletes dourados. Na versão da joalheria, a peça ganhou atitude e modernidade. É feito em ouro rosé, prata, ródio negro e diamantes, e tem como destaque uma Rosa dos Ventos.

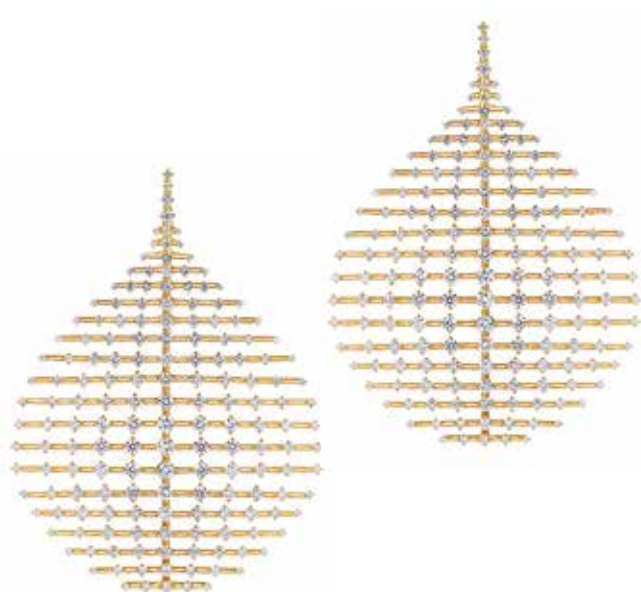




**NGP**

ngp@ngpjoias.com.br  
11 5041-0551

“O brinco “Brilliant Disco Earrings”, que conquistou o prêmio, faz parte da primeira coleção criada pelo designer que tem como destaque os diamantes”



Brilliant Disco Earrings

## Designer brasileiro conquista prêmio em Las Vegas

Construindo uma marca de brilho no mercado internacional, o brasileiro Fernando Jorge venceu na categoria “Best Diamond Above US\$ 20.000”, do Couture Design Awards, em Las Vegas. O brinco “Brilliant Disco Earrings”, que conquistou o prêmio, faz parte da primeira coleção criada pelo designer que tem como destaque os diamantes. A participação de Fernando Jorge no evento teve apoio do Precious Brazil, projeto do IBGM em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), que visa apoiar e promover as empresas brasileiras dos segmentos de pedras, bijuterias e joias brasileiras no exterior.

## Emoção real cunhada em ouro

Há tempos a joalheria vem traduzindo emoção em joias, mas agora uma empresa conseguiu lançar um aplicativo capaz de capturar tecnologicamente os sentimentos e criar um pingente personalizado a partir desses dados. Trata-se da joia Aura Pendant, novidade que faz parte do LOVE PROJECT, do Estúdio Guto Requena - projeto destinado a reduzir a distância

entre tecnologia digital e as emoções. Para criar o pendente, o usuário coloca o dedo indicador na câmera do telefone e conta a sua história de amor. Os sensores captam as emoções percebidas em sua voz, além de medir os batimentos cardíacos do dedo. Os dados emocionais coletados moldam o pendente, que é impresso em 3D e depois cunhado em ouro 18 quilates.

AURA







*Jograu*

Jograu@jograu.com.br (17)3233-5444 (17)99735-3428



Anel da nova coleção assinada por Kate Moss



“As joias, que têm edição limitada, são inspiradas no clima místico das lendas inglesas”

### Coleção Kate Moss e Ara Vartanian

Apaixonada pelas criações de Ara Vartanian, Kate Moss lançou uma coleção em parceria com o brasileiro. A supermodelo britânica se tornou amiga do joalheiro, e juntos, criaram 27 peças, que primeiro foram lançadas em Londres, em junho, onde Vartanian inaugurou uma loja. E em meados de julho é que a linha chegou aos pontos de venda no Brasil. As joias, que têm edição limitada, são inspiradas no clima místico das lendas inglesas. São peças mais leves que a linha tradicional do joalheiro e destacam o brilho dos diamantes, ametistas, rubis, citrinos e granadas.



### Rock in Rio em joias

De olho nas vendas e também na oportunidade de se aproximar do público jovem, a joalheria Monte Carlo desenvolveu uma linha com peças alusivas ao Rock in Rio. A empresa é licenciada do festival, que será realizado nos dias 15, 16, 17, 21, 22, 23 e 24 de setembro, na Cidade do Rock, no Parque Olímpico, na Zona Oeste do Rio. São pingentes de prata que destacam os principais ícones do mundo rock, como a guitarra, caveira e o icônico Born to Rock. ●

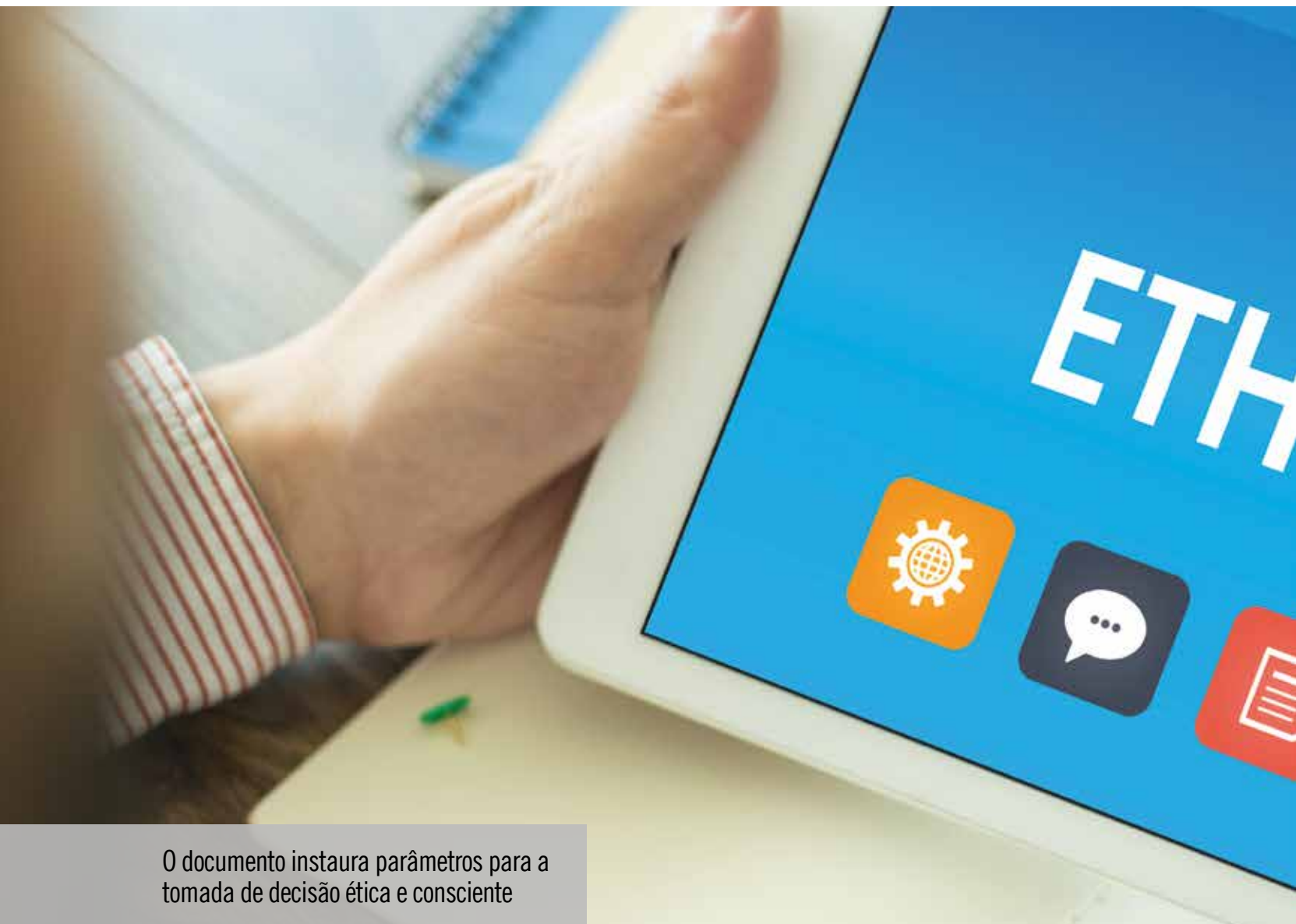
“a joalheria Monte Carlo desenvolveu uma linha com peças alusivas ao Rock in Rio”



COSTANTINI  
50<sup>ANOS</sup>

[www.costantini.com.br](http://www.costantini.com.br)  
[costantini@costantini.com.br](mailto:costantini@costantini.com.br) • 17 3334 8800 • 17 981321800 • São José do Rio Preto-SP • Brasil

  
AMAGOLD  
OURO CERTIFICADO



O documento instaura parâmetros para a tomada de decisão ética e consciente

## IBGM prepara Código de Ética e Conduta para setor joalheiro

Após um profundo estudo da realidade do setor joalheiro no Brasil e da análise de experiências nacionais e internacionais similares, a diretoria executiva e os vice-presidentes do IBGM validaram a primeira minuta do Código de Ética e Conduta para o ramo. O documento tem por objetivo oferecer parâmetros para a tomada de decisão ética e consciente não só do Instituto, mas de seus conselheiros, colaboradores e parceiros.

O documento passará por auditoria externa de uma empresa especializada e será aberto para uma discussão

mais abrangente com o setor. A estimativa é que a partir da FENINJER de 2019 ele já esteja em vigor. Segundo Ecio Morais, diretor do IBGM, embora as recomendações e procedimentos não configurem aconselhamento jurídico, espera-se que elas impulsionem o ramo a operar progressivamente de forma mais transparente e legal. “É papel do IBGM sensibilizar e induzir as empresas do setor a adotarem práticas éticas e caminharem na legalidade. A expectativa é que o Código de Ética e Conduta contribua para mover as empresas no sentido da adoção dos preceitos descritos no documento”, afirma.





*“O IBGM há tempos vem insistindo nessa pauta e a criação desse código já estava na previsão estatutária da entidade”*

Na visão do diretor, hoje o consumidor está mais consciente e exige um comportamento ético e transparente por parte das empresas. Por outro lado, a cada dia crescem os mecanismos interligados para monitorar a vida financeira das empresas. “É uma ilusão acreditar que ainda é possível desenvolver uma atividade comercial, tanto na indústria como no varejo, sem seguir os preceitos legais. O IBGM há tempos vem insistindo nessa pauta e a criação desse código já estava na previsão estatutária da entidade”.

Em 2007 o IBGM criou o projeto Sou Formal, Sou Legal, alertando as empresas para a necessidade de reverem suas práticas comerciais. Em 2013, o Instituto criou O Guia de

Prevenção de Lavagem de Dinheiro, um roteiro básico para o entendimento da nova legislação e suas exigências. Houve avanços, a maioria das empresas hoje tem mais consciência, mas ainda há muito por fazer e avançar, segundo Ecio.

Assim que for instaurado, o Código vinculará não só todos os conselheiros, gestores e funcionários do IBGM, mas também procuradores e fornecedores da entidade à responsabilidade de agir de acordo com os termos do código. “Não estamos insensíveis às dificuldades de gerir um negócio no Brasil, sobretudo no nosso segmento. Infelizmente a questão tributária ainda é um entrave, mas não há outro caminho a seguir que não seja o da legalidade, da transparência e da formalidade”. ●

Colar  
2JP3919

Choker  
2JP4020

Pulseira  
2JP4029

**Biwa Showroom**

Telefone + 55 (11) 3062-3974  
WhatsApp + 55 11 994335541  
vendas@biwa.com.br

**Biwa na Barão**

Rua Barão de Paranapiacaba, 40  
1º andar - Lj. 11/12  
Telefone + 55 11 3107-1518  
WhatsApp +55 11 998162432  
biwabarao@biwa.com.br

facebook.com/biwa.brasil  
www.biwabrasil.com.br  
www.biwa.com.br



Biwa

[www.biwa.com.br](http://www.biwa.com.br)

Chokers  
2JP3720  
2JP4017

Colar  
2JP4006



**Biwa Showroom**

Telefone + 55 (11) 3062-3974

WhatsApp + 55 11 994335541

vendas@biwa.com.br

**Biwa na Barão**

Rua Barão de Paranapiacaba, 40

1º andar - Lj. 11/12

Telefone + 55 11 3107-1518

WhatsApp +55 11 998162432

biwabarao@biwa.com.br

facebook.com/biwa.brasil

www.biwabrasil.com.br

www.biwa.com.br

Chokers

2JP4015

Pulseiras

2JP4030



Biwa

[www.biwa.com.br](http://www.biwa.com.br)

Choker  
2JP4028

Pulseira  
2JP3442

Choker  
2JP3997

Colar  
2JP4000

Pulseira  
2JP3995



**Biwa Showroom**

Telefone + 55 (11) 3062-3974

WhatsApp + 55 11 994335541

vendas@biwa.com.br

**Biwa na Barão**

Rua Barão de Paranapiacaba, 40  
1º andar - Lj. 11/12

Telefone + 55 11 3107-1518

WhatsApp +55 11 998162432

biwabarao@biwa.com.br

[facebook.com/biwa.brasil](https://facebook.com/biwa.brasil)

[www.biwabrasil.com.br](http://www.biwabrasil.com.br)

[www.biwa.com.br](http://www.biwa.com.br)





Biwa

[www.biwa.com.br](http://www.biwa.com.br)

Choker  
2JP4016

Colar  
2JP2647

Pulseiras  
2JP2507  
2JP4032



Colares  
2JP3890



Choker  
2JP4031

Colares  
2JP3980

**Biwa Showroom**

Telefone + 55 (11) 3062-3974  
WhatsApp + 55 11 994335541  
vendas@biwa.com.br

**Biwa na Barão**

Rua Barão de Paranapiacaba, 40  
1º andar - Lj. 11/12  
Telefone + 55 11 3107-1518  
WhatsApp + 55 11 998162432  
biwabarao@biwa.com.br

facebook.com/biwa.brasil  
www.biwabrasil.com.br  
www.biwa.com.br

www.biwa.com.br



# Do bruto ao facetado, materiais alternativos são destaque na nova coleção da Biwa

Parece que a moda anda mesmo sem pressa no que diz respeito às joias. A peça mais quente do momento continua sendo a chocker, a gargantilha “coleira”, usada bem justinha ao pescoço. O modelo viveu dias de glória no verão passado, foi o quente do outono-inverno 2017 e continua com força para brilhar por muito mais tempo.

Segundo Tania Zhang, diretora da Biwa, os clientes do varejo não param de solicitar novos modelos do colar, que a cada dia conquista novas adeptas. “A chocker continua sendo a peça mais procurada pelo consumidor final no ponto de venda. A peça é sensual, moderna, acessível e ainda tem a vantagem de poder ser usada por mulheres de todos os estilos, faixas etárias e classes sociais. É por isso que hoje todo mundo está usando”, explica a empresária.



Para a nova temporada, a Biwa aposta no poder das esferas, o elemento geométrico que invadiu as ruas e as passarelas dos últimos desfiles de moda. Os novos modelos destacam o brilho das hematitas em um dégradé de esferas, que surgem pequenas e vão crescendo ao longo da gargantilha até culminar, ao centro, em uma gema de maior porte. O resultado é uma mistura que fica entre o vintage e o moderno, e que é puro luxo. Uma joia elegante e repleta de atitude. As novidades estão disponíveis em tonalidades que reproduzem a cor do ouro amarelo, rosê, branco e negro. Para completar, a empresa criou pulseiras que seguem a mesma linha das chockers, perfeitas para serem usadas sozinhas ou em forma de mix, como se fosse um bracelete. ●

Tânia ressalta que os lançamentos seguem o espírito da coleção Biwa: são exclusivos, modernos, com apelo de moda e preços acessíveis, tudo para garantir giro rápido no ponto de venda. Para conferir as novas chockers, agende uma visita ao showroom da empresa através do telefone (11) 3062-3974. Se preferir, envie um e-mail para vendas@biwa.com.br.





## Estilos Urbanos

COLEÇÃO

Linha Ladylike

As pérolas levam  
graciosidade ao estilo  
romântico.





## Brincando com a democracia

Ricardo Amorim

Quando funciona, a democracia é preciosa. Participação popular nos rumos do país através de seus representantes dá legitimidade às decisões, e garante que os interesses de todos sejam considerados e que o tecido social não esgarce. Arbitrariedades e perseguições são muito mais comuns em regimes autoritários, mesmo quando os déspotas são esclarecidos.

A democracia é preciosa, mas é frágil. A própria história brasileira deixa isso claro. De 1930 para cá, nós brasileiros vivemos um em cada três anos sob o jugo de ditaduras. Somando-se o período da ditadura de Getúlio Vargas com a ditadura militar foram mais de três décadas e meia sem





democracia. Cada uma das ditaduras durou mais de uma década. Esta é a regra na experiência internacional. A ideia utópica de golpes, militares ou não, que destituem lideranças democráticas corruptas e prometem convocar eleições rapidamente, infelizmente não se confirma na história. Uma vez no poder, eles encontram formas, desculpas e razões para se perpetuarem, tornando-se ditadores.

Aí é que mora o perigo. Dois pilares essenciais de qualquer regime democrático são as pessoas se sentirem representadas por seus líderes e que haja uma separação entre os poderes, para garantir que nenhum líder abuse de suas atribuições.

Nenhum destes pilares está presente no Brasil de hoje. A sensação de não ser representado por seus governantes começou a aflorar em metade dos brasileiros há cerca de uma década, quando o então presidente Lula começou a inflamar a divisão para se defender dos escândalos de corrupção do Mensalão. Segundo ele, não havia corrupção, mas sim uma campanha das elites e da classe média contra as conquistas dos mais pobres. A polarização política rachou o país e criou a percepção de que quem estivesse no poder governaria exclusivamente para um dos grupos. A partir daí, tanto no governo Dilma como no governo Temer, muitos passaram a se opor a medidas que tentavam

“ Ficou claro que a separação entre os poderes inexistente na prática. Temos apenas o corporativismo de uma cleptocracia que assalta o Estado e os brasileiros. Ministros do TSE e do STF “julgam” aqueles que os indicaram aos cargos e congressistas recusam-se a cassar mandatos de outros congressistas comprovadamente envolvidos em corrupção ”



colocar a economia brasileira nos eixos, a acreditar que medidas daquele grupo político necessariamente lhes seriam contrárias, sem se dar ao trabalho de analisar o conteúdo de tais medidas.

Para piorar, à medida que a Lava-Jato avança, a quantidade, gravidade e abrangência dos escândalos de corrupção não pararam de aumentar. Independentemente de partido político, presidentes, governadores, prefeitos e legisladores em sua quase totalidade não representam seus eleitores, apenas abusam de seus cargos em busca de benefícios próprios.

Ficou claro que a separação entre os poderes inexistente na prática. Temos apenas o corporativismo de uma cleptocracia que assalta o Estado e os brasileiros. Ministros do TSE e do STF “julgam” aqueles que os indicaram aos cargos e congressistas recusam-se a cassar mandatos de outros

congressistas comprovadamente envolvidos em corrupção. O presidente do TSE, o Ministro Gilmar Mendes, chega ao extremo de defender que o Tribunal não tem competência para julgar políticos eleitos que cometeram crimes eleitorais. Para que, então, existe o TSE, consumindo por ano R\$2 bilhões de recursos públicos?

Precisamos, urgentemente, parar de inflamar a polarização política, punir todos os corruptos e restaurar a separação entre os poderes, proibindo por lei indicações políticas ao STF, TSE, TCU e outros órgãos de fiscalização para garantir a independência necessária para exercer suas funções.

Se não fizerem isso, nossos líderes estarão colocando a eles mesmos e à própria democracia em risco, como o atentado a um legislador republicano por um extremista democrata nos EUA e o apoio crescente à ideia de um golpe militar no Brasil deixam claro. Xô, Satanás! ●



Ricardo Amorim, autor do bestseller Depois da Tempestade, apresentador do Manhattan Connection da Globonews, o economista mais influente do Brasil segundo a revista Forbes, o brasileiro mais influente no LinkedIn, único brasileiro entre os melhores palestrantes mundiais do Speakers Corner e ganhador do prêmio Os + Admirados da Imprensa de Economia, Negócios e Finanças.



 **NOVARA**

Brasil +55 31 34217171 - [www.novara.com.br](http://www.novara.com.br) - [novara@novara.com.br](mailto:novara@novara.com.br)



A versão restaurada do Maharaja of Patiala Necklace originalmente feita por Cartier em 1928.



## A incrível coleção de Al Thani

As peças revelam o esplendor da joalheria indiana e sua influência no design ocidental

Para alegria de quem ama a joalheria, os tesouros que fazem parte da coleção “Al Thani” saíram do cofre para uma temporada de exibição pelo mundo. As peças foram apresentadas em exposições recentes no Metropolitan (2014), em Nova Iorque, no Museu Victoria & Albert (2015), em Londres, o Museu Miho no Japão (2016), e nesse ano, também no Grand Palais em Paris. O público teve a oportunidade de conferir de pertinho as fabulosas joias do Sheikh Hamad bin Abdullah Al-Thani.



Inspirado em joias de estilo hindu, Cartier criou este colar para Daisy Fellowes em 1936. A joia Tutti Frutti é composta de esmeraldas, rubis, safiras e diamantes em platina e ouro.

O bilionário é um dos grandes colecionadores de arte da atualidade. Foi ele quem comprou a lendária casa dos Rothschild na charmosa île Saint Louis, em Paris, o Hotel Lambert. Ele é um apaixonado pela arte francesa e grande admirador do Shah Jahan, da Índia, e de Louis XIV. Shah Jahan foi o grande Imperador do Império Mogol, visionário que mandou construir o famoso e incrível TAJ MAHAL e Louis XIV o grande rei sol que mandou construir Versailles. Talvez justamente por essas influências, a visão de arte do Sheik Hamad é bastante grandiosa.

Sua coleção reúne os mais belos brincos, colares, pulseiras, broches, ornamentos de turbante, punhais e espadas. O design das peças segue a linha da joalheria indiana tradicional, ricamente adornada com pedras preciosas coloridas. As peças vão desde o período em que o Império Mongol dominou quase todo o subcontinente indiano até a era moderna. Existem outras coleções que retratam a história da joalheria indiana, e essa conta com tesouros únicos, de mais de 400 anos. A maior parte da coleção pertencia aos imperadores e eram usadas em cerimônias da corte.



Nature Onis

tel.: 55 11 3097-9621

tel.: 55 11 3032-3736

contato@natureonis.com.br

www.natureonis.com.br





Nature Onis

tel.: 55 11 3097-9621

tel.: 55 11 3032-3736

contato@natureonis.com.br

www.natureonis.com.br

As tendências do verão 2018 que já estão bombando no street style

## O que vem por aí para o verão 2018

Marcia Paron

Estive recentemente na Europa e de lá conferi as tendências que estão nas ruas e nas lojas. O bacana é que no street style e nas lojas conferimos as trends das coleções do Verão 2017 e já conseguimos ter um bom panorama do que vai realmente emplacar na moda 2018. Dá para confirmar o que está bombando entre as fashionistas e o que estará no street style e o que usaremos bastante até março de 2018, pelo menos, quando acaba nossa estação quente.

Lembrando sempre, que eu vi nas ruas de Paris e também em Genebra, na Suíça, mulheres de TODAS as idades e tipos físicos, usando TODAS as principais tendências, como tênis pretos/brancos e calça pantacourt. Assim, por favor, menos preconceito e mais liberdade! Vamos usar aquilo que nos faz sentir bonitas, ok? Não se prendam aos paradigmas da moda, que só contribuem para acabar com nossa autoestima e nos limita a aceitar o que o “universo fashion” quer que acreditemos. Vamos conferir?



## 1 - CALÇA PANTACOURT / CROPPED

Os dois modelos são praticamente a mesma coisa, mas a Pantacourt tem barra mais larga e modelagem mais solta, enquanto a Cropped é mais ajustadinha. Muitas dessas calças são usadas com barra dobrada. As calças curtas são muito usadas com mules, principalmente as flats, tênis e sandálias. Para as baixinhas, fica mais interessante compor looks com salto e sapatos delicados, como scarpin de bico mais fino, nude, para dar a sensação de silhueta alongada. Joalheiros, vejam que oportunidade bacana para a venda de tornozeleiras!!!

## 2 - TÊNIS PRETOS E/OU BRANCOS

Os tênis brancos viraram mania e não acredito que sairão de cena um dia, mas as parisienses estão de paixão pelos pretos, principalmente aqueles que têm os símbolos da Nike e Adidas, em branco contrastante, com pegada vintage. Aposte nos tênis para todos os looks, desde a produção de escritório com blazer e calça de alfaiataria, até os looks mais despojados, com jeans e camisetas. As modernas usam muito com calça jeans curta, com barra desfiada e cintura alta. Vi senhoras de cabelos brancos usando com calça preta, maxi coletes e camisas (um luxo!). Apostem sem medo! Além de trend, é mega confortável.



## 3 - LISTRAS

A França é uma listra! Todas as pessoas, de todas as idades e estilos AMAM listras nesse país. As parisienses principalmente. Elas estão nas ruas, nos looks vistos no street style e também nas lojas, desde as marcas mais caras até as mais baratas, como H&M. Essa estampa, quando em 2 cores ( preto e branco / marinho e off white / Vermelho e off white ), é item coringa e atemporal, para apostar hoje e sempre.





#### 4 - SALTOS LARGOS E MULES

Eles vieram para ficar! Há muito salto largo-médio em Scarpins, sandálias e botas. Nas ruas eles aparecem bastante em sandálias de camurça e em botas. Nas lojas, as mules e sandálias de tiras finas e super coloridas, imperam para o Verão 2018. As mules são outra mania entre as mulheres modernas! E de todas as idades e estilos.

#### 5 - CALÇA JEANS DE CINTURA ALTA

Esse é o modelo unanimidade nas ruas da Europa, entre meninas, mulheres e senhoras! As mais jovens elegeram o modelo curto, com barras desfiadas. A modelagem não é justa, alguns modelos são larguinhos mas não chegam a ser uma boyfriend, outros são a própria boy, com barra dobrada. A lavagem geralmente é clara (vintage), mas sem rasgos. Use com sandálias de saltos largos e casacos (curtos ou longos), com camisas de punhos largos ou camisetas com frases divertidas.



#### 6 - JOIAS DELICADAS

As joias e acessórios estão super delicados e femininos. No pescoço, muitos colares usados juntos, de vários comprimentos, da choker ao maxi colar, mas todos mais leves, com exceção da Choker que é sempre mais larguinha. O lençinho com a correntinha continua firme, dando mais charme aos looks. O mesmo vale para as pulseiras e anéis, que agora as fashionistas estão usando peças bem fininhas, com pedras pequenas e delicadas. A regra é a mesma dos colares, tudo junto e misturado. Já os relógios foram a grande novidade da joalheria no Street style e nas lojas. Eles retornaram aos pulsos das antenadas, mas em modelos bem pequenos, ao estilo anos 50. ●

\* imagens via Pinterest



Marcia Paron é estilista e fashion buyer. Trabalhou para importantes marcas nacionais e internacionais como Ellus, Miss Sixty e ZARA. Hoje trabalha para a El Corte Inglés (gigante espanhola) e se dedica a consultoria de estilo e é autora do blog de moda e lifestyle Buyer & Brand. [www.buyerandbrand.com.br](http://www.buyerandbrand.com.br)



 rossouomo  
 rossouomo  
 17 99166.5293  
17 4009.3500

Grupo

  
Di ROMA

atendimento@diromabrasil.com.br

**ROSSO**  
U O M O



Manter uma boa comunicação e estratégia nas redes sociais é o ponto chave para estreitar o relacionamento com os consumidores

## Fale com eles

Bem-vindo ao admirável mundo novo: você pode ser o dono, mas quem diz o que a sua empresa vai produzir é o cliente. Se não concorda com esse conceito, tudo bem. Prepare-se para ficar sozinho. Pois o consumidor cada vez mais exige interação de verdade. Se não for do jeito dele, parte para a concorrência, simples assim. É por isso que as marcas estão atentas ao que ele diz em pesquisas e principalmente nas redes sociais. E o empresário precisa decifrar quais informações são úteis e enxergar as possibilidades que elas trazem para a sua organização, principalmente para atrair e engajar o consumidor.

Felipe Andrade, diretor de criação na Rapp Brasil, viveu a experiência de buscar soluções baseadas na opinião do consumidor. E se deu bem! Ele e sua equipe precisavam promover um novo modelo de motos da marca BMW e para resolver esse

desafio, se voltaram ao banco de dados. “A partir do momento em que o cliente decide o que quer, não podemos mais oferecer o que ele não quer, precisamos entender isso, mostrar o benefício do produto de forma inspiradora”, explica. “O consumidor já demonstra seu poder de escolha mais aguçado colocando seus pontos, dúvidas e comentários nas redes sociais, isso torna as informações mais valiosas para as empresas e é ali que se tem a oportunidade de conhecê-lo melhor”, garante.

O profissional explica que não existem regras, mas o case da BMW serve como referência para qualquer empresa, inclusive para o setor joalheiro. Para isso, é preciso interpretar os dados coletados nas redes sociais, como a agência RAPP fez. Ali, a equipe estudou atentamente a área de consumer insights (DATA / Business Intelligence), avaliando motivações, valores e desejos





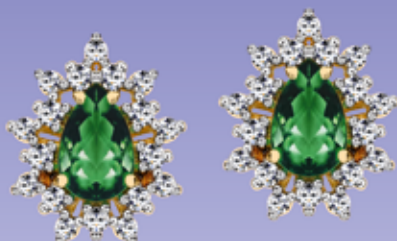
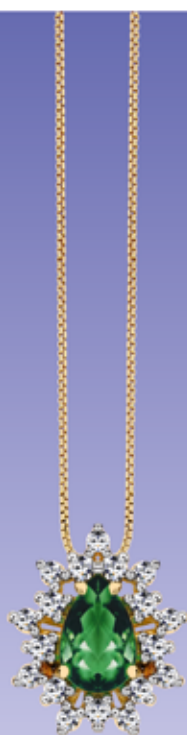
“Ter uma boa comunicação e estratégia nas redes sociais é o ponto chave para estreitar o relacionamento com o cliente e saber seus costumes e comportamento”

do consumidor. Depois, identificou os principais clientes que possuíam o modelo anterior da BMW R 1200 GS, buscando saber quais eram suas paixões com a experiência de tê-la. “Assim, verificamos como poderíamos traduzir isso com um conceito para o público de forma natural, com reações reais, não apenas pelo modelo novo, mas pela experiência que o produto poderia causar, pelas emoções e prazeres que esse target gosta de sentir, fazer ou mesmo ouvir”, resume Andrade.

E como encontrar esses dados e avaliações dos consumidores? Na RAPP, explica Felipe, há equipes de Consumer Insights (inteligência de dados), Planejamento (estratégia) / Social Media e Criação que trabalham lado a lado para entender os hábitos de consumo no ciclo de vida do cliente dentro de cada marca, gerando insights de como trabalhar os produtos. “Ter uma boa comunicação e estratégia nas redes sociais é o ponto chave para estreitar o relacionamento

com o cliente e saber seus costumes e comportamento”, adianta. “Se comunicar ali, sendo transparente com conteúdo relevante, objetivos alinhados ao propósito de marca é o caminho”.

E esse é o ponto chave para ter uma empresa que sabe aproveitar a opinião do consumidor. “Partindo desse princípio, qualquer empresa com um produto de nicho, pode sim fazer uma campanha que apresenta os atributos da marca de forma natural sem ofertar os famosos “features”, que deixam muitas vezes a comunicação fria”, adverte. “É claro que todo caso é um caso, mas devemos ter esse olhar cada vez mais, pois o consumidor é quem escolhe, não as marcas que escolhem o que eles querem”. Para o diretor as marcas precisam entender esse momento, e saber que o certo não é oferecer produtos ou talvez até impor-se, mas saber qual momento o consumidor está, seus gostos, hábitos, desejos e necessidades. ●



*Jóias que traduzem seu estilo.  
Jewels that reflect your style.*





*Elegância absoluta em linhas geométricas.*

*Absolute elegance in geometric lines.*







Símbolo de fidelidade, a gema, conquista as noivas que buscam uma joia diferenciada

“Napoleão foi um dos apaixonados que se rendeu aos encantos da safira e a escolheu para decorar o anel que deu a Josefina em 1796”

## A tradição das safiras em anéis de noivado

Os diamantes realmente são os melhores amigos dos anéis de noivado, mas esse reinado, agora, divide as atenções com as safiras, gema que conquista as noivas que desejam uma joia diferenciada e muito especial. Por mais que o famoso solitário seja majoritariamente conhecido pelo corte brilhante dos diamantes, o azul profundo e aveludado das safiras ocupa lugar cativo nos dedos das apaixonadas.

A gema tem pedigree e uma simbologia que alimenta a sua ligação com as histórias de amor por ser símbolo de fidelidade, sinceridade e lealdade. Em função desses atributos, não demorou muito para ser considerada perfeita para adornar os anéis de noivado. Napoleão foi um dos

apaixonados que se rendeu aos encantos da safira e a escolheu para decorar o anel que deu a Josefina em 1796. A joia, que também conta com um diamante, foi acompanhada de um estojo com a inscrição “toi et moi” (tu e eu), indicando que cada pedra representava o imperador e a imperatriz.

Outro modelo que ficou famoso é o anel que Diana ganhou de noivado do Príncipe Charles. A peça possui 14 diamantes e uma incrível safira azul de 12 quilates. O anel voltou a ganhar os holofotes quando o filho de Charles ficou noivo e presenteou Kate Middleton com a mesma peça. Desde então, a gema tem inspirado o desejo das noivas que sonham com uma joia repleta de significados. ●



COLEÇÃO NOIVAS



 **BRÜNER**  
JOIAS PARA TODA A VIDA  
[www.bruner.com.br](http://www.bruner.com.br)

 AMAGOLD

Linha  
*Cenarium*







*Uma Vitrine de Gala!*

**Baldi**  
DESDE 1946

“ Se antes o consumidor buscava o prazer em usar produtos de luxo por estes trazerem satisfação pessoal, poder, status, orgulho e admiração própria, hoje a proposta do que é considerado luxo pode ir além ”



## O novo luxo e as joias

Transformado, o luxo está se adequando aos novos tempos e a nova geração de consumo

Luxo ganha novo significado em tempos modernos. Se tradicionalmente denota algo refinado, original, exclusivo, caro, e geralmente usado para destacar pessoas umas das outras, para muitos especialistas esse conceito se renovou e nem sempre está atrelado ao custo final de produto ou serviço. O primeiro sinal dessa revolução já foi dado. Na economia mundial, a ânsia pelo consumo de produtos mais caros vem diminuindo, dando lugar a novos valores.

“ *Ostentar joias e roupas de grife ainda são símbolos de status, mas atualmente elas precisam valorizar as experiências únicas e inesquecíveis* ”

Se antes o consumidor buscava o prazer em usar produtos de luxo por estes trazerem satisfação pessoal, poder, status, orgulho e admiração própria, hoje a proposta do que é considerado luxo pode ir além. Nos tempos atuais, ela reforça muito mais o emocional, proporcionando ao cliente uma nova experiência de consumo. Lojas e marcas têm investido em estratégias para que esse consumidor procure por um produto que valorize o sentimento.

No setor joalheiro, as empresas estão começando a entender que uma joia não pode ser vista apenas como uma forma de diferenciação social - precisa ter personalidade, ressaltando as características individuais do seu dono. A proposta é que essa joia construa uma conexão emocional da marca com seu usuário, e promova um relacionamento memorável e duradouro entre ambos. E o valor é a menor das preocupações. Busca-se, acima de tudo, a identificação.

Outra questão discutida é que agora o luxo reforça a importância de encontrar formas cada vez mais inovadoras para promover o desenvolvimento sustentável em vários setores que movem a economia. E essa sustentabilidade na economia criativa também representa novas oportunidades de emprego, mais consciência ambiental, maior competitividade para empresas e novas ideias, além de apresentar alternativas de produções limpas que geram produtos e serviços com alto valor agregado.





“O conceito do luxo continua associado ao nobre, ao raro, ao único, à matéria-prima diferenciada, a exclusividade. ‘Não acredito mesmo no fim da ostentação. Primeiro, porque isso vem do consumidor, e não das marcas’ ”

Se o comportamento do consumidor de luxo mudou é preciso estar atualizado. Ostentar joias e roupas de grife ainda são símbolos de status, mas atualmente elas precisam valorizar as experiências únicas e inesquecíveis. Agora, o mais importante é você se sentir bem, e não fazer o maior esforço para comprar uma peça para que os outros vejam que a está usando. Será o fim da ostentação?

O consultor Carlos Ferreirinha, formador de opinião e especialista sobre a Inteligência da Gestão do Luxo e Premium na América Latina, fundador da MCF Consultoria, avalia que o conceito do que é considerado algo de luxo nunca mudou ou mudará. Em sua opinião, seria impossível associar o luxo a algo simples. “Não existe Hermès simples, luxo é luxo”, rebate. “Simplicidade é o oposto”. Segundo ele, ter uma atitude de uso sem ostentação “é verdade e fato crescente para alguns clientes”. No entanto, isso não altera o que o luxo significa. O conceito do luxo continua associado ao nobre, ao raro, ao único, à matéria-prima diferenciada, a exclusividade. “Não acredito mesmo no fim da ostentação. Primeiro, porque isso vem do consumidor, e não das marcas”. cita. “E posso mostrar que todas as marcas que dizem, ‘marketeiramente’, que não focam na ostentação, possuem movimentos que as enaltecem também”.

Conforme avalia o consultor, ostentar não é exatamente um pecado. “Não há problema algum na ostentação”, garante. “Ela faz parte do consumo, seja no luxo ou no popular, pois tem quem ostente comprando na 25 de março (rua de compras populares localizada em São Paulo)”. Para ele, o movimento que está ocorrendo nesse mercado de luxo é o de ajustamento. “O luxo está se adequando aos novos tempos: tempos de nova geração de consumo, tempos digitais, de internet, de Netflix, de Uber crescendo mais que carros de luxo”, cita. “Novos tempos demandam adequações”. ●





### Basel Preziose

Par de brinco e gargantilha de ouro amarelo 18K com espinélios e diamantes

### Brüner

Par de brinco e anel de ouro amarelo e branco 18K com diamantes da Coleção Isolario



Confira alguns dos principais destaques que você encontrará na 65ª FENINJER

## Seleção de produtos para agitar as suas vendas

A arte de selecionar bons produtos é essencial para garantir o sucesso e o bom desempenho da loja. Ser criterioso nas escolhas e se manter fiel à identidade da marca contribuem para aumentar as chances de vendas entre o público que se identifica com a marca.

Tendo isso em mente, vale a pena conferir antecipadamente o mix de produtos que selecionamos para o seu negócio. São peças atemporais e com excelente potencial de vendas, fabricadas por alguns dos principais expositores da 65ª edição da FENINJER. Confira os destaques e boas compras! 📌

## Manoel Bernardes

Par de brinco e gargantilha de ouro branco 18K com ródios, esmeraldas e diamantes da Coleção Dark



## De L'amour

Par de brinco e pulseira de ouro negro 18K e diamantes

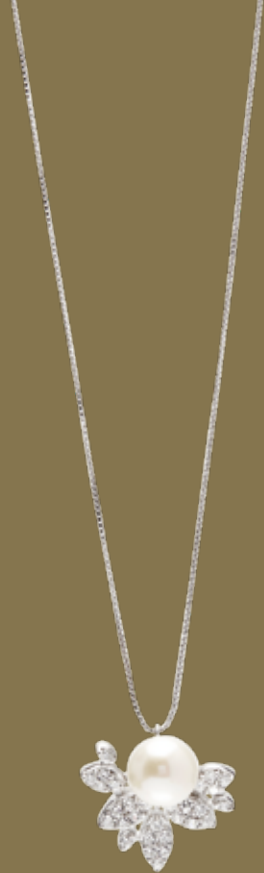


## Seven Metais

Aneis de ouro branco, rosê e amarelo 18K com espinélios e diamantes da Coleção Estilos Urbanos – Linha Glam







## Basel Preziose

Par de brinco e gargantilha de ouro branco 18K com topázios e pérolas



## Brüner

Par de brinco e anel de ouro amarelo 18K com ródio e diamantes da Coleção Inca



## Costantini

Ear cuff e anel de ouro branco 18K com jade e topázio

### Grupo Ilumini Joias

Par de brinco e anel de ouro branco 18K com safiras, esmeraldas e diamantes



### Denoir

Aneis de ouro branco e amarelo 18K com esmeralda, rubi e diamantes





## Benne Fatto

Gargantilha e anel de ouro amarelo 18K com esmeraldas, safiras e diamantes



## Deri Joalheiros

Aneis de ouro branco 18K com turmalina e diamantes





## Almaz

Par de brinco e gargantilha de ouro amarelo 18K, com banho de ródio negro e turmalinas

## Novara

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



## DRW Joias

Pingente de ouro amarelo 18K com quartzos, turmalinas e diamantes





## Alvorada Joalheiros

Par de brinco e gargantilha de ouro amarelo 18K e pérolas da Coleção Móbile



## Art Gold Joias

Par de brinco e anel de ouro amarelo 18K com rubis e diamantes da Coleção Encanto



## Biwa

Pulseiras de silicone com pérola

### Márcia Mór

Par de brinco, gargantilha e anel de ouro amarelo 18K com madrepérola, olho de murano e diamantes



### Márcia Mór

Par de brinco, pulseira e anel de ouro branco 18K com prasiolitas



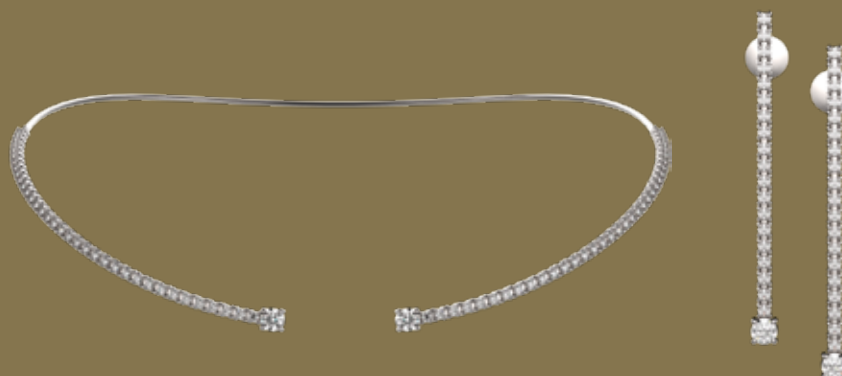
### Backer Design

Gargantilha e anel de ouro branco 18K com rubis e diamantes



### Backer Design

Par de brinco e gargantilha de ouro branco 18K com diamantes

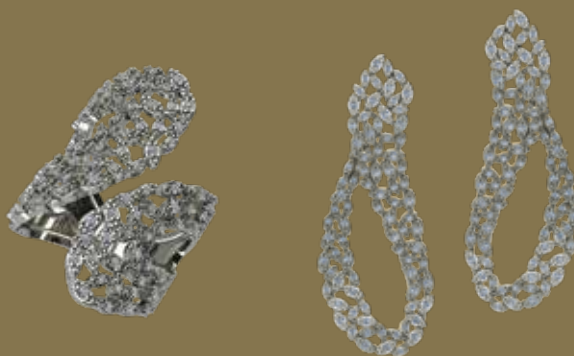






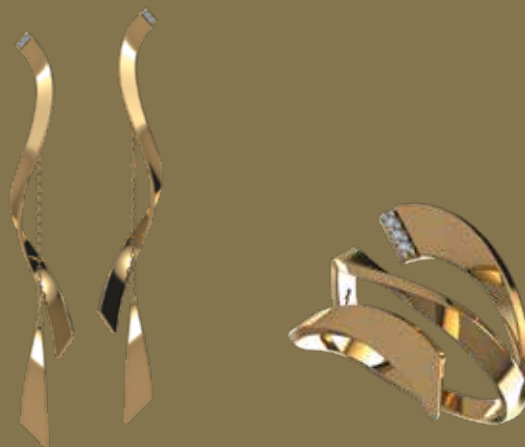
### Fiorelle - Grupo Inova Joias

Par de brinco e anel de ouro branco  
18K com diamantes da Coleção Rendas



### Nuova Metais - Grupo Inova Joias

Par de brinco e anel de ouro amarelo  
18K com diamantes da Coleção Air



### Maeve Metais - Grupo Inova Joias

Par de brinco e anel de  
ouro amarelo 18K com  
pérolas da Coleção Drop



### Beli Metais - Grupo Inova Joias

Aneis de ouro amarelo  
18K da Coleção Casual







Senha  
Metais  
Import's

[www.senhametais.com.br](http://www.senhametais.com.br)

+55 11 3105 7431 . ID 96\* 10309

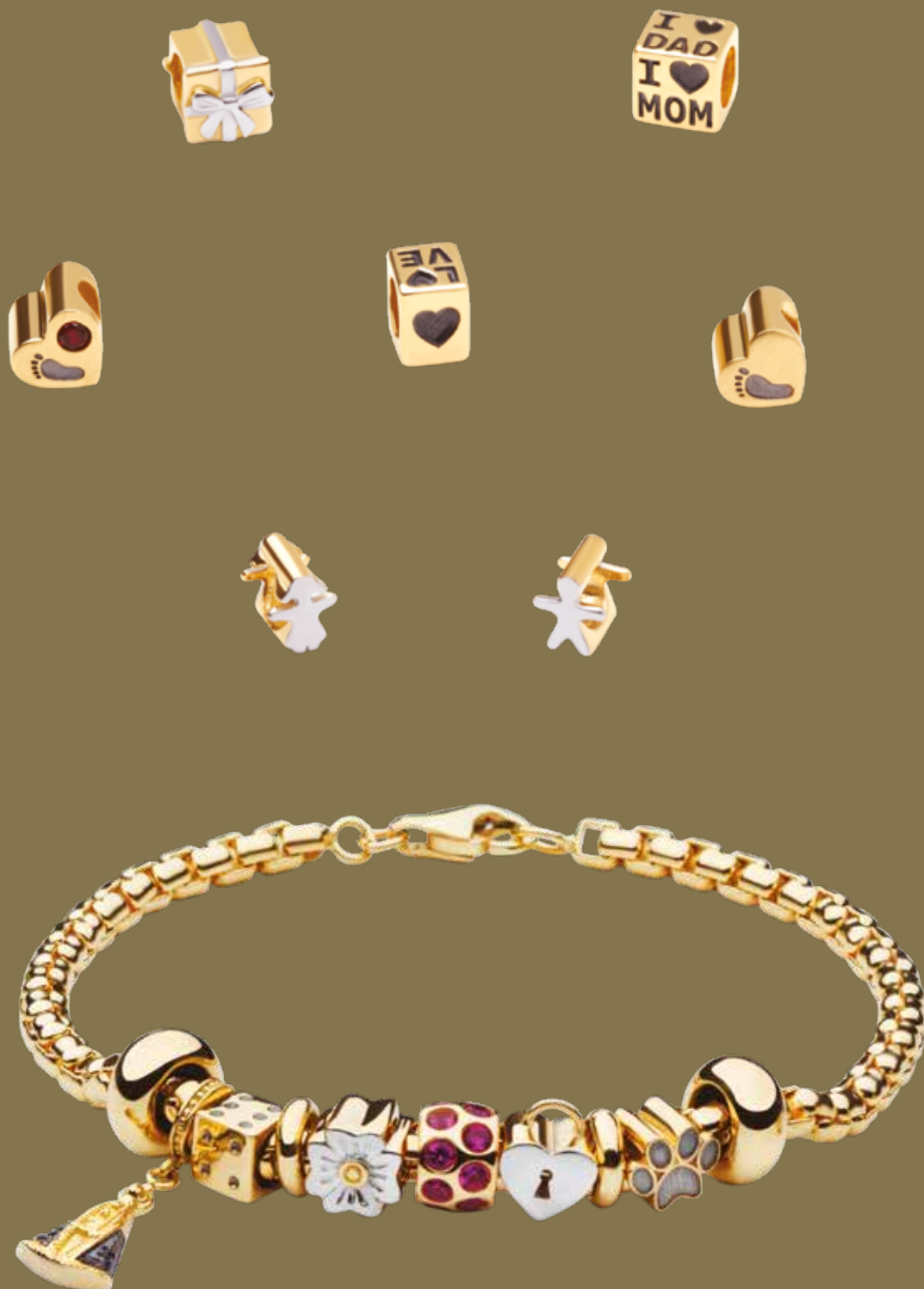
 /senhametais

 @senhametais



## Senha Metais

Pulseira de ouro amarelo 18K com  
berloques colecionáveis - Coleção Moments





## Senha Metais

Pulseira de ouro amarelo 18K com  
berloques colecionáveis - Coleção Moments





## Senha Metais

Pulseira de ouro amarelo 18K com berloques colecionáveis - Coleção Moments





## Senha Metais

Gargantilha e pulseira de ouro amarelo 18K, rubis, safiras e diamantes - Coleção Mística



### Senha Metais

Gargantilha e pulseira de  
ouro amarelo e branco 18K

Pulseira de ouro amarelo  
18K e diamantes





Par de brincos, colar e aneis em Ouro 18K Esmeraldas, Safiras e Brilhantes

[www.iluminijoias.com.br](http://www.iluminijoias.com.br)

[ilumini@iluminijoias.com.br](mailto:ilumini@iluminijoias.com.br)

55 11 3661-8871

 /grupoilumini  
 @ilumini\_joias





Diante da revolução digital, o profissional precisa se atualizar para continuar sendo imprescindível no varejo

“Essa dinâmica transforma o digital no principal ponto de contato entre empresas e consumidores, provocando uma verdadeira revolução no ponto de venda”

## O novo papel do representante de vendas

O mundo digital já é uma realidade muito maior do que algumas pessoas ainda imaginam. De acordo com os últimos relatórios de tendência de consumo, em média os brasileiros já passam quase cinco horas conectados à internet. Essa dinâmica transforma o digital no principal ponto de contato entre empresas e consumidores, provocando uma verdadeira revolução no ponto de venda. O varejo físico passa por transformações profundas e, nesse processo, o papel do vendedor entra em cheque. Como fica o seu papel diante dos desafios imposto por essa nova era?

“*Para ser indispensável na cadeia de comercialização das joias, o profissional deverá sair da zona de CONFORTO e superar com eficiência e praticidade a zona de CONFRONTO com o novo mercado, o novo consumidor, o novo produto e as novas atitudes no atendimento ao cliente*”



Fernando Cortés

As tendências indicam que cada vez mais o varejo online deverá se integrar às vendas físicas. A experiência de compra será focada no consumidor, e não mais no canal. Isso significa que para atrair e engajar o cliente no ponto de venda, se torna imprescindível ter profissionais ainda mais bem qualificados treinados e antenados às novas exigências impostas pelo mercado.

Para Fernando Cortés, proprietário da Attempore Consultoria, empresa especializada em capacitação para o ramo joalheiro no Brasil, - que ministrará uma palestra especial para os vendedores na 65ª FENINJER - a tecnologia e a venda por internet, poderão sim, com eficiência, substituir o representante que faz da sua venda um processo mecânico e de hábitos rotineiros. “Para ser indispensável na cadeia de comercialização das joias, o profissional deverá sair da zona de CONFORTO e superar com eficiência e praticidade a zona de CONFRONTO com o novo mercado, o novo consumidor, o novo produto e as novas atitudes no atendimento ao cliente”.

Segundo o especialista, o mercado do luxo está ainda mais competitivo e diversificado. Hoje a compra da joia não é apenas um ato emotivo e sentimental. O novo cliente procura por argumentos e informações sobre o valor agregado das joias. Por outro lado, também há o consumidor indeciso, precisando de suporte para realizar a compra. “Daí vem a imperiosa necessidade por parte do representante, atualização permanente sobre o conhecimento do produto e a comercialização das joias. Saber vender e argumentar sobre as novas pedras preciosas, os diversos acabamentos, tipos de lapidação e cravação diferenciados, etc, se tornam fundamentais”, adverte o treinador.





Segundo Cortés, o sucesso do representante comercial dessa nova era deve incluir, além de seus valores éticos e as práticas de um bom relacionamento, uma fórmula de parceria comercial de valor insubstituível. “Só assim ele poderá contribuir com dicas e apontamentos importantes para o varejista sobre visual merchandising para valorizar as vitrines, iluminação das jóias com qualidade, mix de produto segundo o perfil do cliente, conceitos sobre marketing, fidelização de clientes, etc”, explica o treinador.

Cortés ressalta ainda que é preciso lembrar que o bom vendedor se faz todos os dias, e que o ‘novo’ será sempre um lugar desconhecido para quem não se prepara. “Sabemos que o tempo não para, as vezes somos nós que paramos no tempo. O sucesso é uma questão de refletir e adaptar-se aos novos tempos, sendo oportuno lembrar uma frase célebre de Robert Louis Stevenson - Todas as pessoas que chegaram aonde estão, tiveram que começar por onde estavam”. ●

“o sucesso do representante comercial dessa nova era deve incluir, além de seus valores éticos e as práticas de um bom relacionamento, uma fórmula de parceria comercial de valor insubstituível”



# 80%

de crescimento  
no último ano



O número de associados da Amagold aumentou consideravelmente no último ano: de 25 para **45 empresas associadas**. Isso representa a preocupação do mercado com o teor das joias de ouro, e, principalmente em atenção às necessidades do consumidor final - cada vez mais atento a isso, e lutando por seus direitos na defesa do consumidor.

Esteja sempre atualizado às demandas de um mercado cada vez mais exigente - **somente comercialize joias de associados Amagold.**

Maiores informações procure o balcão da Amagold na Rua Safira.

 /AmagoldBrasil

<http://www.amagold.com.br>

  
**AMAGOLD**



A joia ganha espaço em função das propriedades relaxantes da gema

“*inspirada nesse desejo maternal que uma empresa norte americana apresentou uma criação inovadora: uma joia feita a partir do leite materno*”

## Âmbar faz sucesso na linha de joias para bebês

Tradição é assim: sempre está aí, mas volta e meia ganha os holofotes e fica novamente em evidência. Foi o que aconteceu com as joias de âmbar, que depois de serem vistas nos filhos de algumas celebridades, voltaram a fazer sucesso na linha de peças infantis.



Miranda Kerr e o filho, Flynn (Foto: Agência/ Brainpix)



A atriz Barbara Borges com Martin (Foto: Instagram / Reprodução)

É fato que houve polêmica – questionaram se o colar não poderia provocar asfixia e estrangulamento nos bebês. A questão perdeu força quando as mães passaram a utilizar pulseiras e tornozeleiras. O âmbar é uma resina fóssil, opaca ou translúcida, usada na produção de joias, que ganhou fama de ter poderes curativos na antiguidade. A joia de âmbar báltico é considerada como um anti-inflamatório e analgésico natural, por liberar o ácido succínico, uma substância analgésica.

Para os bebês, o uso da joia traz benefícios como efeito calmante, estimulação do sistema imunológico e

aceleração do processo de cura natural. Por um lado, não há registros científicos que comprovem os efeitos terapêuticos do colar em si, mas por outro lado, o ácido liberado pela gema tem mesmo propriedade relaxante, analgésica e anti-inflamatória.

É bom lembrar que as joias devem ser retiradas quando a criança for dormir e que os âmbares sempre devem ser higienizados por ficarem em contato com a pele do bebê. Outra dica é procurar peças de boa qualidade, que não solte as pontas de âmbar, para evitar que a criança as coloque na boca. ●



## Giro e tendências

Destaques que você precisa ficar por dentro

### Venda de joias com diamantes cresce nos EUA

A demanda de joias com diamantes no mercado estadunidense cresceu 4,4% em 2016, totalizando US \$ 40 bilhões pela primeira vez, anunciou a De Beers. Esse é o quinto ano consecutivo em que a demanda registrou aumento. Os consumidores dos EUA representam cerca de metade do mercado mundial de joias com diamantes. As noivas continuam liderando o consumo desse tipo de pedra, mas a auto-compra feminina vem crescendo, segundo as últimas pesquisas.



### Lápis lázuli e malaquita são destaques em vitrines de luxo

Você é daqueles que ainda torce o nariz para as pedras que não são tradicionais? Melhor rever esses conceitos. Empenhados em oferecer novidades diferenciadas, os designers de grifes de luxo, como Piaget, Van Cleef & Arpels e Chaumet vem investindo na beleza das gemas opacas. Lápis lázuli, turquesa e até a malaquita estão em alta, adornando lindas joias destinadas ao segmento de luxo. Devido à opacidade, são cortadas em cabochões, permitindo que os joalheiros explorem volumes e texturas, gerando peças com um charme muito exclusivo.

## Setor de joias é o favorito nas fraudes on-line

O setor de joias e metais preciosos é um dos favoritos para os fraudadores, segundo pesquisa da Signifyd. Os pagamentos fraudulentos representaram 13,3% das transações de joias on-line durante o primeiro trimestre de 2017 em termos de vendas em dólares. Esses dados chamaram a atenção pelo contraste com outros segmentos. No geral, a fraude no comércio eletrônico caiu 35% no primeiro trimestre, representando 3,6% das transações pela internet. Enquanto os joalheiros tendem a confiar na lista negra como forma de manter os golpistas à distância, os criminosos encontram maneiras de esquivar essas restrições, de acordo com o relatório. Além disso, devido a uma forte concorrência, os comerciantes estão relutantes em compartilhar informações sobre seus clientes e transações, o que dificulta a capacidade de usar ferramentas avançadas de proteção contra fraude.



## Cresce demanda por opalas

Depois de figurar nas coleções de algumas das grifes mais desejadas do planeta, a demanda mundial por opalas não para de crescer. Victoire de Castellane, diretora artística da Dior assume que a gema é a sua preferida, tanto que na última coleção de alta joalheria da marca a pedra é o grande destaque. Em função desse sucesso, o preço da gema continua em elevação, principalmente no que se refere aos cobiçados exemplares de tamanhos avantajados e qualidade excepcional encontrados na Austrália. O problema é que as opalas são escassas. Mesmo nas minas mais abastadas, é preciso sorte e paciência para encontrá-las. Atualmente a Austrália do Sul fornece 80% das opalas do mundo. A Etiópia agora está extraindo cerca de metade da quantidade de opalas que a Austrália extrai, enquanto Brasil e Peru concentram uma produção bem menor. ●



Brasil promove melhorias no controle fiscal e alfandegário

## Atualizações em sistema permitem maior segurança em aeroportos

Faz parte da rotina dos fiscais da Receita Federal investigar e coibir o contrabando de produtos que entram pelos aeroportos brasileiros sem pagar impostos. As joias, relógios e gemas fazem parte da lista que é alvo dos agentes, que são treinados para reprimir práticas de delitos, como tráfico de drogas, contrabando e descaminho. Há diversas investigações em curso para descobrir crimes de contrabando e impedirem que entrem no país produtos ilegais, sem a cobrança das devidas taxas de impostos.

“ As joias, relógios e gemas fazem parte da lista que é alvo dos agentes, que são treinados para reprimir práticas de delitos, como tráfico de drogas, contrabando e descaminho ”





Para isso, o órgão conta com a ajuda de recursos sofisticados, como até mesmo computadores que são capazes de reconhecer o rosto de quem é ficha suja. Também há equipamentos especiais capazes de detectar fundos falsos em malas, usados para esconder joias, relógios e pedras preciosas.

Anualmente, cerca de 21 milhões de passageiros desembarcam no Brasil. E para fiscalizar todas essas pessoas é necessária uma estrutura tecnológica rápida e eficiente. Por trás de todo esse controle está o

sistema de Declaração Eletrônica de Bens do Viajante (e-DBV). Desenvolvida pelo Serpro, a ferramenta ganhou, melhorias no módulo de fiscalização. Agora, é possível selecionar suspeitos de atividades ilícitas por critérios mais específicos, rastrear passageiros sob investigação e, ainda, emitir um alerta para as autoridades federais aeroportuárias.

Elaborado para a Receita Federal do Brasil, o sistema possui interligação com a base de dados do Departamento de Polícia Federal e opera em todos os



aeroportos do país com voos internacionais. Desde o ano passado, já havia a possibilidade de reconhecimento facial. Agora, com as novas atualizações, é possível fazer um gerenciamento de risco mais preciso. Com melhor acesso aos bancos de dados dos passageiros, a Receita poderá decidir mais facilmente quais contribuintes deverão ter suas bagagens verificadas. Isso se deve, principalmente, à integração com novidades tecnológicas, como, por exemplo, a interface do GoogleMaps, que permite verificar rotas de voos que chegam e saem do Brasil.

Agora é possível enviar informações antecipadas para a Receita Federal e agilizar o processo de verificação. Isso vale não só para controle de entrada de pessoas suspeitas mas também da declaração de bens. Com essas mudanças, também fica mais difícil para o viajante que comprou acima da cota passar isento pela Receita Federal. O passageiro que for pego levando bens no valor além do permitido sem declará-los terá que pagar o imposto de importação e uma multa de 50% sobre o valor excedente. ●

“O passageiro que for pego levando bens no valor além do permitido sem declará-los terá que pagar o imposto de importação e uma multa de 50% sobre o valor excedente”



**RESERVA  
METAIS**

# MATÉRIA-PRIMA DE **CREDIBILIDADE** COM QUALIDADE

Referência na prestação de serviços financeiros especializados no Mercado de Ouro e outros Metais Preciosos, a RESERVA METAIS - divisão do BANCO PAULISTA - é o principal player de comercialização formal neste setor.

Atende os fabricantes e lojistas joalheiros, investidores, mercado financeiro, empresas que promovem campanhas de premiação e consumidores que procuram por um presente diferenciado.

As operações de compra e venda da RESERVA METAIS seguem as melhores práticas de segurança, qualidade e compliance do mercado.

## **Mesa de Operações**

(11) 3299-2230

[www.reservametais.com.br](http://www.reservametais.com.br)

Ouvidoria Banco Paulista: 0800 772 6116



**BANCO  
PAULISTA**

**IBGM**  
INSTITUTO PAULISTA  
DE METAIS PRECIOSOS

Associado:

**JESP**  
Associação dos produtores de ouro do Sul de Minas

**ANORO**  
Associação Nacional do Ouro




SÃO PAULO TUDO DE BOM

O MELHOR DE



## O melhor da capital paulista

Já se tornou uma tradição visitar a FENINJER em agosto e curtir as atrações da capital mais frenética do país. Se você gosta de um bom programa, vale a pena conferir a nossa seleção. Chame os amigos e curta São Paulo!



Delícias e atrações para vivenciar a cidade

## Restaurantes



Rua Basílio da Gama, 29 - Praça da República  
Tel. (11) 3256-1009  
[www.fb.com/Esther-Rooftop-618432671638652/](http://www.fb.com/Esther-Rooftop-618432671638652/)

### Esther Rooftop

Apoiada no nome do chef e apresentador de TV Olivier Anquier, a casa fica no alto de um edifício tombado da década de 30, no centro de São Paulo, de onde é possível uma vista panorâmica da Praça da República. Oferece menu variado pilotado pelo irmão de Oliver, Pierre Anquier, além do chef Benoit Mathurin.

Shopping D&D - Av. das Nações Unidas, 12555  
Tel. (11) 3043-9244  
[www.barbacoa.com.br](http://www.barbacoa.com.br)

### Barbacoa

É famosa pelas carnes grelhadas, mas também oferece cardápio variado, em sistema à la carte, com pratos tradicionais de São Paulo. Tem serviço atencioso, ambiente agradável, completo buffet de saladas, acompanhamentos e sobremesas variadas.

*Rua Gaivota, 689, Moema*  
Tel. (11) 5051-6193  
[www.lanonnadilucca.com.br](http://www.lanonnadilucca.com.br)

### La Nonna Di Lucca

A casa é inspirada no conceito gastronômico de cafés e bistrôs do 6º Distrito de Paris, também conhecido como Paris 6. Funciona 24h e conta com três restaurantes localizados na mesma rua, que abrem todos os dias. Os seus pratos são conhecidos por ter nome de grandes celebridades brasileiras.

# O MELHOR DE



## Bares

### Méz

Inspirada no Meatpacking District, em Nova York, região que se transformou em uma das hypes, caras e badaladas de Manhattan, a casa reúne jovens bonitos e endinheirados que buscam um bom lugar para beber, comer e ainda curtir um som ambiente. Tem carta de bebidas variadas e serve pratos mediterrâneos assinados pelo chef Luis Rodrigo Roma.

Rua Dr. Mario Ferraz, 561, Itaim Bibi  
Tel.: (11) 2538-8197  
[www.mezsp.com.br](http://www.mezsp.com.br)

### Bardega

Casa perfeita para quem ama vinhos. Oferece sistema self-service, no qual o cliente insere seu próprio cartão de consumo no equipamento, posiciona a taça numa das torneiras e tira a bebida escolhida em doses de 30, 60 ou 120 mililitros. Conta com 84 rótulos de vinhos de vários lugares do planeta.

Rua Dr. Alceu de Campos Rodrigues, 218  
Tel.: (11) 2691-7578  
[www.bardega.com.br](http://www.bardega.com.br)



## Balada

### Casa 92

Com decoração retrô, a casa tem ambientes revestidos com cortinas azuis e projeções em 3D inspiradas em filmes da década de 50. Oferece um anexo batizado de Casa da Família. Além da pista e do bar, tem também uma mesa de bilhar.

Rua Cristóvão Gonçalves, 92 - Pinheiros  
Tel.: (11) 3032-0371  
[www.92casa.com.br](http://www.92casa.com.br)







## Wood's Bar

Rua Quatá, 1016 - Vila Olímpia  
Tel.: (11) 3849-6868  
[www.woodsbar.com.br/saopaulo](http://www.woodsbar.com.br/saopaulo)



O endereço se mantém firme na noite de São Paulo atraindo o público que curte sertanejo. A casa leva ao palco e à pista de dança os hits sertanejos do momento. Atrai público de todas as idades.

Shows 

## Trinca de Ases - Gilberto Gil, Nando Reis e Gal Costa

Citibank Hall  
Av. das Nações Unidas 17955, Santo Amaro  
[www.ticketsforfun.com.br](http://www.ticketsforfun.com.br)



Um dos shows mais esperado do ano vai reunir três dos grandes nomes da música popular brasileira. Gilberto Gil, Nando Reis e Gal Costa estarão em São Paulo para uma apresentação temperada com sucessos que marcam a carreira desses artistas.

## Temporada OSESP: Guerreiro, Staneck e Gandelman

Sala São Paulo  
Praça Júlio Prestes, 16 - Campos Elíseos  
[www.ingressorapido.com.br](http://www.ingressorapido.com.br)



A temporada 2017 da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo enfatiza a ideia de buscar na música uma “janela aberta” para “um outro mundo, maior e melhor”, sobretudo em contraponto ao contexto de crises e conflitos que acontecem atualmente em todo o planeta. Com o regente Giancarlo Guerreiro, gaita de José Staneck e saxofone de Leo Gandelman. ●



# QUALIDADE, ÉTICA E CONFIANÇA

## CREDIBILIDADE E REFERÊNCIA

### EM METAIS PRECIOSOS



#### REFINO DE METAIS PRECIOSOS

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



COMPROMETIDA COM AS PRÁTICAS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS, A RBM ORIENTA-SE PELA EXCELÊNCIA E DEDICA-SE À CONSTANTE INOVAÇÃO, OFERECENDO AOS SEUS CLIENTES SOLUÇÕES COM FOCO NAS MAIS AVANÇADAS TECNOLOGIAS E PREÇOS ALTAMENTE COMPETITIVOS.

CONTATO  
(11) 11-2450-0010  
(55) 11-3522-8056  
[comercial@rbm.net.br](mailto:comercial@rbm.net.br)



#### EMPRESA ASSOCIADA



#### CERTIFICAÇÕES





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

Veja a participação dos nossos parceiros;

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

RESPOSTA RBM:

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

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

RESPOSTA RBM:

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



## ONDE ENCONTRAR

**ALIANÇAS NINFA** - pág. 78 e 79  
www.aliancasninha.com.br  
comercial@ninha.com  
Tel.: (55 11) 3105-5012  
WhatsApp: (55 11) 9 9218-5362

**ALMAZ** - pág. 71  
www.almaz.com.br  
contato@almaz.com.br  
Tel.: (55 11) 3262-0909  
WhatsApp: (55 11) 9 9820-3430

**ALVORADA JOALHEIROS** - pág. 34 e 35  
www.alvoradajoalheiros.com.br  
alvorada@alvoradajoalheiros.com.br  
Tel.: (55 54) 3213-7223  
WhatsApp: (55 54) 9 8121-7291  
f Alvorada Joalheiros  
@alvorada\_joalheiros

**AMAGOLD**- pág. 149  
www.amagold.com.br  
marcia@amagold.com.br  
Tel.: (55 11) 3285-2925  
f Amagold Brasil

**ART GOLD JOIAS** - pág. 21  
www.artgoldjoias.com.br  
marketing@artgoldjoias.com.br  
Tel.: (55 31) 3498-6060  
WhatsApp: (55 31) 9 9227-0606

**BACKER DESIGN - BRIGHT POINT** - pág. 46 e 47  
www.brightpoint.com.br  
encomendas@atelier7g.com.br  
Tel.: (55 13) 3223-1386  
WhatsApp: (55 19) 9 9713-1386  
@bright\_point\_jewelry

**BASEL PREZIOSE** - pág. 02 e 03  
www.basel.com.br  
vendas@basel.com.br  
Tel.: (55 11) 3241-0233  
WhatsApp: (55 11) 9 9681-1576  
f Basel Preziose

**BENNE FATTO** - pág. 22 e 23  
www.benefatto.com.br  
atendimento@benefatto.com.br  
Tel.: (55 11) 3803-8831  
WhatsApp: (55 11) 9 6195-0113  
f Benne Fatto  
@benefatto

**BIWA COM. IMP. E EXP. LTDA.** - pág. 94 à 102  
www.biwa.com.br  
vendas@biwa.com.br  
Tel.: (55 11) 3062-3974  
WhatsApp: (55 11) 9 9433-5541  
f Biwa Brasil  
@biwashowroom

**BRÜNER** - 4ª capa, pág. 11, 123  
www.bruner.com.br  
bruner@bruner.com.br  
Tel.: (55 19) 3565-6100  
f Brüner  
@joias\_bruner

**CADENA ARTEFATOS DE METAIS LTDA.** - pág. 64 e 65  
cadena@cadenajoias.com.br  
Tel.: (55 51) 3212-3041  
WhatsApp: (55 51) 9 9985-5909

**COSTANTINI** - pág. 01 e 89  
www.costantini.com.br  
costantini@costantini.com.br  
Tel.: (55 17) 3334-8808  
WhatsApp: (55 17) 9 8132-1800  
f Costantini Joalheria  
@ind.costantini

**DRW JOIAS LTDA.** - pág. 32 e 33, 120 e 121  
www.drwjoias.com.br  
drwjoias@drwjoias.com.br  
Tel.: (55 17) 3225-9563  
WhatsApp: (55 17) 9 8138-2832  
f DRW Joias  
@drw\_joias

**DE L'AMOUR** - pág. 51  
www.delamour.com.br  
delamour@delamour.com.br  
Tel.: (55 21) 2139-5858  
WhatsApp: (55 21) 9 9389-7206  
f De L'amour Joias  
@delamourjoias

**DENOIR** - pág. 63  
www.denoir.com.br  
denoir@denoir.com.br  
Tel.: (55 11) 3888-4455

**DERI JOALHEIROS** - pág. 24 e 25  
www.derijoalheiros.com.br  
deri@derijoalheiros.com.br  
Tel.: (55 11) 3237-4000  
WhatsApp: (55 11) 9 8530-0083  
@derijoalheiros

**DI ROMA BRASIL** - pág. 16 e 17, 117  
www.diromabrasil.com.br  
contato@diromabrasil.com.br  
Tel.: (55 17) 4009-3500  
f Di Roma Brasil  
@diromabrasil

**ESTOJOS BALDI** - pág. 124 e 125  
www.estojosbaldi.com.br  
comercial@estojosbaldi.com.br  
Tel.: (55 32) 2102-4848  
WhatsApp: (55 32) 9 8505-9452

**FORUM ROMANO** - pág. 13  
www.forumromano.com.br  
marketing@forumromano.com.br  
Tel.: (55 11) 3885-4485  
WhatsApp: (55 11) 9 5437-4638  
@forumromano

**GOLDBACKER** - folder 4ª capa  
www.goldbacker.com.br  
goldbacker@goldbacker.com.br  
Tel.: (55 11) 3285-6240  
f Goldbacker Brasil  
@goldbacker

GRUPO ILUMINI JOIAS - pág. 76 e 77, 145  
www.iluminijoiias.com.br  
ilumini@iluminijoiias.com.br  
Tel.: (55 11) 3661-8871  
f Grupo Ilumini  
@ilumini\_joiias

GRUPO INOVA JOIAS - pág. 69  
www.grupoinovajoiias.com.br  
atendimento@grupoinovajoiias.com.br  
Tel.: (55 11) 3274-6010  
WhatsApp: (55 11) 9 9156-3706  
f Grupo Inova Joias  
@grupoinovajoiias

GRUPO MC JOIAS - pág. 82 e 83  
www.grupomc.com.br  
larissa.back@grupomc.com.br  
Tel.: (55 47) 3329-7009  
WhatsApp: (55 47) 9 9168-0836

GRUPO SOLID - pág. 56 e 57  
www.gruposolid.com.br  
comercialrp@gruposolid.com.br  
Tel.: (55 17) 3216-9050

GUINDANI - pág. 42 e 43  
www.guindani.com.br  
guindani@guindani.com.br  
Tel.: (55 51) 3227-5512

JEN STONE - folder duplo 4ª capa  
www.jenstone.com.br  
jenstone@uol.com.br  
Tel.: (55 11) 3111-6300

JOGRAU - pág. 87  
www.jograu.com.br  
jograu@jograu.com.br  
Tel.: (55 17) 3233-5444  
WhatsApp: (55 17) 9 9142-2692  
f Jograu  
@jograuoficial

LLOYD CONTINENTAL - pág. 54 e 55  
CORRETORA DE SEGUROS LTDA.  
www.lloydcontinental.com.br  
seguros@lloydcontinental.com.br  
Tel.: (55 17) 3231-9988  
WhatsApp: (55 17) 9 9144-9403  
f Lloyd Continental  
@lloydcontinental

MANOEL BERNARDES - pág. 09  
www.manoelbernardes.com.br  
atacado@mbernardes.com.br  
Tel.: (55 31) 4501-3690  
WhatsApp: (55 31) 9 9222-9761

MÁRCIA MÓR - pág. 31  
www.marciamor.com  
marciamor@marciamor.com  
WhatsApp: (55 21) 9 8179-1919  
f Márcia Mór Joias  
@marciamorjoias

MASTER - pág. 39  
www.masterjoias.com.br  
contato@masterjoias.com.br  
Tel.: (55 17) 3231-6120

NF JOIAS - pág. 61  
www.nfjoias.com.br  
contato@nfjoias.com.br  
Tel.: (55 11) 3291-3388  
WhatsApp: (55 11) 9 6481-9699  
f NF Joias  
@nfjoias

NGP JOIAS - pág. 85  
www.ngpjoias.com.br  
ngp@ngpjoias.com.br  
Tel.: (55 11) 5041-0551  
WhatsApp: (55 11) 9 6484-9500

NATURE ONIS - pág. 112 e 113  
www.natureonis.com.br  
natureonis2012@hotmail.com  
Tel.: (55 11) 3032-3736  
WhatsApp: (55 11) 9 8598-2108  
f Nature ONIS  
@natureonis

NOVARA COMERCIAL LTDA. - pág. 19 e 107  
www.novara.com.br  
novara@novara.com.br  
Tel.: (55 31) 3421-7171  
WhatsApp: (55 31) 9 9685-7171

RBM - RECUPERADORA - pág. 164 e 165  
BRASILEIRA DE METAIS  
www.rbm.net.br  
comercial@rbm.net.br  
Tel.: (55 11) 2450-0010  
WhatsApp: (55 11) 9 7612-4798

RESERVA METAIS (BANCO PAULISTA) - pág. 159  
www.reservametais.com.br  
cliente@reservametais.com.br  
Tel.: (55 11) 3299-2230

SALMON - pág. 04 e 05  
salmondesign.br@gmail.com  
Tel.: (55 21) 2548-8000

SENHA METAIS - CAPA, pág. 14 e 15, 45  
www.senhametais.com.br  
contato@senhametais.com.br  
Tel.: (55 17) 3222-3562  
WhatsApp: (55 17) 9 9646-5733  
f Senha Metais  
@senhametais

SEVEN RIO PRETO - 2ª capa, pág. 53, 103  
IND. e COM. de JOIAS LTDA.  
www.sevenmetais.com.br  
presidencia@sevenmetais.com.br  
Tel.: (55 17) 3214-7710  
WhatsApp: (55 17) 9 9145-2657



“Pra mim, dia de feira é assim: me programo toda para ter tempo de visitar os stands, pesquisar as novidades, conhecer novos fornecedores e participar das palestras, que agregam boas informações”

## Anna Depret

Coordenadora de criação, joalheria Pedrazzini, de Pirassununga- SP

Desde pequena os adornos fazem parte da minha vida. Minha avó paterna era designer, e, de alguma forma, a sua paixão por esse precioso universo floresceu em mim. Me formei em moda, adoro criar e logo passei a inventar minhas próprias peças, e ainda hoje, mantenho uma loja virtual de acessórios. Essa paixão me levou a trabalhar na joalheria Pedrazzini, onde há quatros anos atuo na área de criação da empresa.

A convite dos donos da joalheria, tive o prazer de descobrir a FENINJER, feira que considero fundamental para quem trabalha no setor. Pra mim, dia de feira é assim: me programo toda para ter tempo de visitar os stands, pesquisar as novidades, conhecer novos

fornecedores e participar das palestras, que agregam boas informações. Especialmente na última edição, achei muito boa a apresentação do Luis Rasquilha, presidente & CEO da Inova Consulting, sobre as mudanças no varejo.

Gostei muito da mudança do local da feira, que agora é mais compatível com o produto que trabalhamos. Também acho interessante o evento apresentar fornecedores de joias não apenas de ouro, mas de prata e outros materiais. Há público para todos os segmentos, e o que vejo, é uma mudança no mercado nos últimos tempos, em função dos hábitos do comprador. Eu aproveito e observo o melhor da feira, trazendo sempre muitas inspirações e boa ideias. ●





  
**GOLDBACKER**  
sempre juntos

FENINJER • WINDSOR • ALLGOLD • AJORSUL • MED • GOLDEXPRESS  
TEL./FAX: +55 11 3285.6240 • WWW.GOLDBACKER.COM.BR

# Grande Variedade de



Zircônia



Pedras Naturais



Brilhantes



Rubi, Safira Azul e Esmeralda



Pedras Naturais



Ouro 18k

## Pronta Entrega



# Tamanhos e Formatos

Photostudio Criação e Arte



Nano



Mix de Produtos



Pérolas, Mabe e Madrepérolas



South Sea



Turquesa e Bolinhas



Camafeu Religioso e Olho Grego

(11) 3111-6300 / 3105-6811 / fax: 3104-5427  
Rua Quintino Bocaiúva, 107 - 9.o Andar  
Cep 01004-010 - Centro - São Paulo - SP  
jenstone@uol.com.br

[www.jenstone.com.br](http://www.jenstone.com.br)





COLEÇÃO DIVA



 **BRÜNER**

JOIAS PARA TODA A VIDA

[www.bruner.com.br](http://www.bruner.com.br)

 AMAGOLD