

magazine

FENINER.COM.BR
365 dias de novidades a
um clique de distância

Joias Senha Metais



Collecção

Décadas de Ouro

Linha Vivaldi - Anos 80

Com movimentos elegantes e cores sofisticadas, a Linha VIVALDI dá o tom ao universo fitness dos anos 80!



COSTANTINI



Coleção Urban | Joias em ouro 18k e nefritas.
Referências: pulseira 975721 e anel 972757.

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



BASEL
PREZIOSE



Coleção Clássicos | Joias em ouro 18k e diamantes.
Referências: G 987718 | M 987719 | P 987720.



BASEL
PREZIOSE

Salmon

Desde 1977



Salmon

Desde 1977



MUITO ALÉM DO CLÁSSICO





inparr



inparrjoias

www.inparr.com.br ■ 17 3214-5880 ■ contato@inparr.com.br



Caro(a) leitor(a),

A Arte da Política

O ano que se inicia será decisivo para todos nós e para as futuras gerações de brasileiros. Teremos eleições gerais e poderemos escolher os rumos que o país irá tomar. Nos últimos anos os brasileiros tem testemunhado um espetáculo de horrores na cena política que, por sua vez, tem estimulado, principalmente na internet, uma “guerra santa” contra todos os políticos.

No Brasil, a política, a nobre arte segundo Aristóteles, virou palavrão. É importante termos em mente, no entanto, que nada nos livrará da política. Quando queremos nos afastar da atividade política, estamos adotando uma postura política. A própria omissão é uma conduta política. Votar em branco ou no palhaço de plantão é uma manifestação de cunho político. Falar mal dos políticos também é um ato político. Ou seja, a política é inevitável, nos persegue desde sempre e não nos livraremos dela jamais. Pior, até hoje não inventamos um jeito melhor de conduzir a política do que o regime representativo. Ou seja, estamos condenados, pelo menos por enquanto, a eleger nossos representantes no congresso de forma que eles, os eleitos, conduzam o país e defendam nossos interesses.

Para aqueles que defendem a democracia direta, aconselho uma visita ao universo on-line para ver o lixo e a polarização que se tornou o debate político no Brasil. Isto para não falar nas “fake news”.

Debate político é debate responsável, com conteúdo, substância e envolvimento de todos. Cada um de nós, principalmente a elite escolarizada, com acesso a saúde, a informação, ao lazer e ao emprego regular, infelizmente uma parcela ínfima da população, deverá refletir sobre o que a sociedade quer construir. Uma nação de verdade jamais terá como alicerce o ódio entre seus membros, a desigualdade de renda, o privilégio de minorias e o desestímulo ao empreendedorismo e à inovação. Os brasileiros, eu e você, teremos que refletir e escolher o caminho que iremos adotar e a escolha se dará através do voto, dos políticos e da arte da política.

Feliz 2018 à todos. ●

Forte abraço,

A stylized, handwritten signature in black ink. The signature is fluid and cursive, with a large, prominent loop at the beginning and a long, sweeping tail that extends to the right.

Ecio Morais,
Editor



31 4501 3690

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

 manolbernardesoficial
 manof_bernardes

 MANOEL BERNARDES



Costantini

---f40---



NF Joias

---f64---



---f110---

10 CARTA DO EDITOR

20 CARTA DO LEITOR

28 ACONTECERÁ
Agende-se: Programação completa da 66ª FENIJER

32 RECONHECIMENTO
Ricardo Lerner

40 TENDÊNCIAS
Alta joalheria investe na força dos diamantes

48 PERFIL DO EXPOSITOR
Senha Metais amplia campeões de vendas com novas modelagens

52 GEMAS
Opala: Passado hippie, presente cheio de glamour

64 TENDÊNCIAS
Novas opções de peças delicadas para o seu mix

72 TENDÊNCIAS
A palavra tem poder, inclusive nas joias!

84 GESTÃO
Concentração o grande desafio para os líderes

94 DESTAQUES
Novidades que você precisa conhecer

110 NA MODA
Estudo do Pinterest revela hits da temporada

118 GEMAS: MAURÍCIO FAVACHO
“Slices” de Turmalina Paraíba tendência de 2018



 **BRÜNER**
JOIAS PARA TODA A VIDA

bruner.com.br

 JoiasBruner

 joias_bruner

---f129---



Basel Preziose



---f160---



---f150---

122 ALIANÇA
Cerâmica chega para modernizar as novas coleções

126 MAIS VAREJO
Veja como usar o poder das emoções para melhorar as vendas

129 GUIA DE COMPRAS
Descubra as melhores novidades do setor!

146 CONECTADO
Expectativa de crescimento e a volta do consumo

150 PORTAL
A maior e mais eficiente vitrine de joias para o varejo

160 DESIGN
Influências para a joelheria em 2018, confira opiniões

164 SEMIÓTICA
Os sentidos da joia

168 MARKETING
Planejar é importante, mas executar é fundamental!

170 CAPÍTULO PRECIOSO
Brasil: as grandes possibilidades de um país do futuro

176 INTERNACIONAL
Destaques sobre o mundo joalheiro

180 SEGURANÇA
Veja como proteger a sua empresa no mundo virtual

184 SÃO PAULO TUDO DE BOM
Veja os destaques para programar a sua agenda

190 ONDE ENCONTRAR

192 FENINJER, EU VOU!
Juliana Bastos Viana Abreu



Presidente Prudente

☎ 18 3355-8080

☎ 18 99772-1732

São Paulo

☎ 11 3885-4485

☎ 11 95437-4638

FORUM ROMANO

📱 @forumromano 🌐 www.forumromano.com.br


AMAGOLD



COLEÇÃO
Mística



Senha
Metais

www.senhametais.com.br

+55 17 3222 35621 . ID 96* 10309

f /senhametais


ig @senhametais





Di ROMA

 DIROMAOFICIAL |  DIROMABRASIL

 17 98805 8295

WWW.DIROMABRASIL.COM.BR

17 4009 3500

SHOWROOM - SÃO PAULO | RUA FREI CANECA, 558 - CONSOLAÇÃO
THE OFFICE - SALA 407



“Gosto bastante da revista F. Magazine, com bom e diversificado conteúdo, além de trazer um panorama geral do mercado e da atuação dos profissionais da área. Parabéns para toda a equipe envolvida que contribui sempre para manter o setor informado e atualizado.”

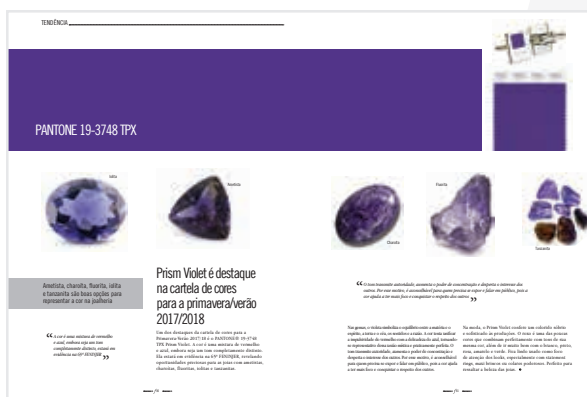
Celina Kina
Julio Okubo
São Paulo - SP

“Conheço e gosto muito da F. Magazine. O que mais me impressiona nessa revista é a qualidade das fotos, dos artigos e do seu material. É perceptível o cuidado que há em sua elaboração e percebo que sempre buscam abordar artigos importantes para melhorarmos a qualidade de nossos negócios! Fico feliz em receber a revista.”

Ana Lúcia Couto de S. Andrade
Ana Couto Joias
Itaperuna - RJ

“Posso dizer que a F. Magazine é uma revista de qualidade, muito bonita mesmo. Acho que ela é muito importante para o setor em que trabalho, pois mostra o que está sendo produzido e criado pelas grandes lojas. Sei que ela é voltada aos lojistas, mas sempre a recebo e até tenho uma pequena coleção dela comigo, porque aproveito quando preciso olhar algo, consultar. Então, guardo todos os exemplares.”

Oswaldo Portella
Vanity Joias
Novo Hamburgo - RS



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 +553134217171 @+5531996857171 - www.novara.com.br - novara@novara.com.br

Edição 26 - 2018

Janeiro - Junho | Ano 07

Realização

Prieto&Associados

Editor Executivo

Carlos Eduardo Prieto

Editor

Ecio Barbosa de Moraes

Planejamento

Evandro Prieto

Diretora de Redação

Cláudia Santana

Jornalistas

Débora Rodrigues, Juliana Pires Fernandes

Colaboradores

Clotilde Perez, Daniel Goleman,

Daniel Lemos, Eliana Gola, Gabriel Moura

e Mauricio Favacho

Projeto Gráfico

Prieto&Associados

Direção de Arte

Rachel Fornis

Assistente de Arte

Juliana Cruz

Atendimento

Manoela S. Tillmann

Comercial

Prieto&Associados

Revisão

Jéssica Prieto

Imprensa Internacional

Clarissa Maciel

Impressão

Stilgraf



Joias *Senha Metais*

Coleção *Di Cuori e Momenti*

Modelo *Danuza Oliveira*

Fotógrafo *Evandro Rocha*

Cabelo e Maquiagem *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 semestral e enviada a um mailing exclusivo. Não é permitida sua venda ou distribuição. Todos os direitos são reservados à Prieto&Associados Ltda. É expressamente proibida a reprodução, parcial ou total, de qualquer conteúdo, e a veiculação em qualquer espécie de mídia sem prévia autorização da editora. As matérias assinadas ou entrevistas não expressam necessariamente as ideias de seus editores.

www.prietoassociados.com.br

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



*Delicadeza
Clássica...*



Art Gold
Desde 1985

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

email: marketing@artgoldjoias.com.br | comercial@artgoldjoias.com.br | www.artgoldjoias.com.br





Benne Fatto
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA

fone: +55 11 3862-2889
atendimento@bennefatto.com.br
www.bennefatto.com.br

Vintage de luxo é destaque nas novidades da Deri Joalheiros

As joias destacam a mistura do conceito vintage com o contemporâneo, enfatizando a beleza das gemas coradas



Entre as tendências que vão marcar 2018, o vintage já garantiu espaço entre os destaques de maior sucesso na joalheria, especialmente entre as novidades da Deri Joalheiros. A empresa apresentará na 66ª FENINJER joias que atualizam o estilo clássico, dando às peças um charme mais atual e contemporâneo.

Resgatando elementos dos anos 40 e 60, como as lapidações gota e navete, lindamente lapidadas em gemas nobres, a empresa criou uma linha que mistura o conceito retrô com a modernidade do ouro negro. O resultado é um vintage de luxo, chique e totalmente repaginado, perfeito para ser usado a qualquer momento do dia ou da noite.

Fiel às suas origens, a Deri Joalheiro enfatiza a beleza e o brilho das gemas em sua nova coleção. Já de olho no Dia das Mães e Namorados, a empresa aposta em gemas clássicas de tonalidades mais fechadas e requintadas.

Entre os destaques estão as sempre desejadas esmeraldas e as luxuosas tanzanitas. Alguns modelos também revelam a elegância sóbria do diamante negro. Nada mais sofisticado para quem busca mimos de luxo diferenciados. ●

Visite o stand da Deri Joalheiros na FENINJER e conheça essas e muitas outras novidades da empresa!



Deri Joalheiros

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



**66ª Edição - Feira Nacional da
Indústria de Joias, Relógios e Afins**

19 a 22 de Fevereiro de 2018
Segunda a Quarta - das 10h às 20h
Quinta - das 10h às 18h
Hotel Sheraton/WTC
São Paulo-SP, Brasil

Veja a programação completa da 66ª FENINJER e agende-se!

Reconhecida por compradores brasileiros e estrangeiros como referência em joia com design e garantia de qualidade, a FENINER - Feira Nacional da Indústria de Joias, Relógios e Afins – estará ainda mais completa na temporada 2018.

O maior e mais importante evento do setor joalheiro na América Latina apresentará novidades que não poderão faltar em sua vitrine nesse ano. São lançamentos inspirados nas tendências da joalheria contemporânea, criados para atender consumidores de todos os estilos.

Mais de 100 expositores de joias em ouro e prata, gemas e artefatos de pedras, relógios e embalagens, distribuídos em 8 mil m² do Hotel Sheraton São Paulo WTC. Sua 66ª edição acontecerá entre os dias 19 a 22 de fevereiro de 2018, e apresentará, em primeira mão, novidades quentes que vão agitar o mercado de joias, além de palestras que você não pode perder.

Não por acaso, a feira se tornou palco de difusão de conhecimento e de tendências. Confira a programação completa do evento e programe-se já! ●



18/02 - 17h



Luis Rasquilha é CEO da Inova Consulting, da Inova Business School e da RWear. É professor convidado da FIA e da FT | IE CLA (Financial Times Corporate Learning Alliance). Em sua ampla formação, destacam-se Disruptive Strategy (Harvard Business School), Strategic Management (Copenhagen Business School) e Creativity & Design Thinking (Stanford University). É colunista da Rádio CBN e autor e coautor de 20 livros técnicos sobre marketing, comunicação, futuro, tendências e inovação. Sua experiência internacional contempla consultorias na Europa, África, EUA e América do Sul, tendo trabalhado como consultor de 10 das 50 empresas mais inovadoras do mundo.

O Varejo do Futuro: as transformações que podem moldar os negócios para o sucesso

A mudança de comportamento nas várias gerações tem alterado, de forma radical, a dinâmica do varejo. Para o negócio se manter competitivo é preciso se antecipar e conhecer novas formas de praticar a troca de valores, ou seja, o comércio na raiz de seu significado.

Neste encontro, o consultor Luis Rasquilha mostrará as tendências e os cases que podem ajudar a moldar o seu negócio. Ele falará sobre o 'modelo de varejo do futuro' e compartilhará dicas de como adotar as novas ferramentas de gestão para melhorar a performance de vendas e a relação com os clientes.

18/02 - 19h30

Transformação Digital: como aplicá-la ao seu negócio

A economia digital está revolucionando o mundo dos negócios, quebrando barreiras e trazendo modelos até então nunca pensados nos últimos anos. E esse cenário exige um novo repensar de como atualizar o seu varejo, integrando-o ao universo digital.

Como esse tema está inserido no contexto do Varejo do Futuro, é também o Rasquilha quem contará como adotar essa transformação digital na sua empresa, apresentando os pilares e o mapa passo a passo, com ferramentas de atuação e insights.

18/02 - 18h15



Clotilde Perez é pós-doutora em Design Thinking pela Stanford University (EUA) e em Comunicação pela Universidade de Murcia (Espanha), doutora em Comunicação e Semiótica e mestre em Administração de Marketing pela PUC/SP. É professora titular de Publicidade e Consumo na ECA-USP, com atuação no programa de pós-graduação de Ciências da Comunicação e na graduação de Publicidade. É vice-presidente da FELS - Federación Latino-americana de Semiótica e sócia fundadora da Casa Semio, além de ser autora e coautora de diversos livros e artigos.

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


A sociedade contemporânea se apresenta alicerçada nas ambiguidades, nos questionamentos acerca das instituições e condutas, na crise moral e no repensar do clássico 'certo-errado', trazendo impactos em todas as áreas da vida.

E quem vai falar como essas movimentações de valores sociais influenciam nossas escolhas e nossos comportamentos e afetam as significações que atribuímos às pessoas e ao mundo material, é a semioticista Clotilde Perez. Ao responder essas e outras questões, ela trará novos entendimentos sobre a joalheria: 'o que é joia nos dias de hoje e os sentidos potencialmente engendrados em seu uso e consumo'.

Hotel Sheraton/WTC
Avenida das Nações Unidas, 12.559, Brooklin Novo,
São Paulo, SP - Reservas e Informações: (11) 3055-8008
reservas@sheratonsaopaulowtc.com.br
www.sheraton.com/saopaulo






DUDRI
JOIAS

55 31 99201-0803 



MÁRCIA MÓR®

Jóias que contam histórias

55 21 98179-1919  | @marciamorjoias 

marciamor@marciamor.com

www.marciamor.com



Ricardo Lerner



04-03-1948
08-01-2018



“O futuro nos pertence. Cabe a nós posicionar o Setor em lugar de destaque, valorizar o coletivo em detrimento de posições e vaidades pessoais. Esse é o caminho”



Pedido de redução do ICMS ao Secretário da Fazenda de SP em 2011



Ricardo Lerner na 50ª FENINJER

“Uma das lembranças mais marcantes que tenho do Ricardo Lerner é de uma reunião no início dos anos 90 na sede do IBGM-AJESP na Teixeira da Silva. Ricardo presidia o encontro com sala lotada e eu, com meu vigor, dos 20/30 anos o questionava e o contestava sistematicamente. Ricardo não deixava barato e respondia a altura. Ao final do evento achei que tinha se estabelecido naquele momento uma relação de adversidade eterna entre nós. Para minha surpresa, ele me chamou em um canto e disse: “gostei de você, acho que você deve vir para nossa diretoria e assumir um cargo na Entidade”. A partir daquele momento construímos uma relação de amizade e de aprendizado mútuo que durou mais de vinte anos. Perdi um mestre e um grande amigo. Seu exemplo de dedicação ao setor, no entanto, sempre estará conosco.”

João Gomes
Ex-presidente do IBGM

“No último dia 09 de janeiro, na cerimônia de despedida do Ricardo Lerner, um empresário, amigo comum nosso de muitos anos, se aproximou e disse que a morte do Ricardo significava o fim de uma fase histórica importante do segmento de joias no Brasil. Eu concordei e disse mais: Ricardo significou o início e o fim de um ciclo. Sua digital está em todos os momentos importantes da joalheria no Brasil nos últimos 40 anos.”

Ecio Morais
Diretor do IBGM



João Gomes, Cléber Sant'anna, Ecio Morais, Ricardo Lerner, Engracia Costa e Marcelo Pacheco



Hécliton S. Henriques, Edmundo Calhau e Ricardo Lerner

“Ricardo foi uma pessoa multifacetada: dinâmico, arrojado, inovador, combativo, solidário e polêmico. Teve uma vida plena e deixará muita saudade em todos nós. Por sua trajetória de vida, como homem, empresário e líder de classe, merece todas as manifestações de apreço e reconhecimento que lhe estão sendo prestadas. Ricardo soube sempre diferenciar os interesses particulares dos objetivos maiores da coletividade joalheira. Isso é raro e mostra bem o seu caráter. Gostaria de encerrar essa homenagem, citando um trecho de suas palavras quando deixou a presidência do IBGM em 1997, ainda muito atual, e que serve de bússola para todos nós:

‘O futuro nos pertence. Cabe a nós posicionar o Setor em lugar de destaque, valorizar o coletivo em detrimento de posições e vaidades pessoais. Esse é o caminho.’”

Hécliton S. Henriques
Ex-presidente executivo do IBGM



Guilherme Duque, José Pascoal Costantini, Ricardo Lerner e Hugo Bröner

“Ricardo foi uma liderança admirada no setor e um amigo de longa data. Não havia como ficar indiferente ao seu estilo, ou se simpatizava com ele ou não. Seu legado e o amplo reconhecimento de seu trabalho pelo setor demonstram que ele deixará uma marca e um exemplo de desprendimento e dedicação à causa joalheira.”

José Pascoal Costantini
Presidente do IBGM

“Joalheiro dos bons, na época de ouro da joia brasileira, foi responsável por coleções maravilhosas e pelos jantares mais concorridos da nossa Feninjer. Com sua personalidade forte, comandou por muitos anos as principais instituições do nosso setor, dando-lhes visibilidade e credibilidade. Nós que participamos do ramo joalheiro temos muito que agradecer ao nosso amigo Ricardo Lerner pelo esforço e tempo dedicados ao fortalecimento da joia brasileira.”

Hugo Bröner
Ex-presidente do IBGM



Raymond A. Malvett, Fernando Leça, Dorothea Werneck e Ricardo Lerner



Nilza Lerner, Ricardo Lerner e Hebe Camargo na 35ª FENINJER

“Amigo Leal. Criticava e elogiava com a sabedoria dos justos. Não havia na linguagem do Ricardo “vamos deixar para amanhã”, ou, “resolvemos depois”. Sua sinceridade e apreço com seus colaboradores eram ímpares e sua dedicação ao segmento, integral. O homem se ausenta, mas sua história permanece.”

Carlos Eduardo Prieto
F. Magazine



Denoir

Phone 55 11 3888 4455

66° Peninjer



*Design, luxo e glamour.
Design, luxury and glamor.*



Coleção
DUBAI



 facebook.com/drwjoias
 +55 17 98138-2832

DRW
JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR

*Uma interpretação luxuosa do universo.
A luxurious interpretation of the universe.*



Coleção
CONSTELAÇÃO



Clássicos da joalheria chegam
ainda mais chiques e modernos na
temporada 2018

Joias de fé e proteção na versão fashion e moderna da Alvorada Joalheiros

A Alvorada Joalheiros abriu a temporada 2018 ainda mais focada em sua proposta de oferecer joias com design moderno e inspirador. A empresa de Caxias de Sul, que se inspira na beleza e nas tradições da Serra Gaúcha, está ampliando a sua linha de joias de fé e proteção como novidades que são puro luxo.

Entre os destaques que serão lançados na 66ª FENINJER, estão os charmosos colares de Olho Grego, que ressurgem na joalheria pelas mãos da Alvorada com uma proposta muito mais moderna e charmosa. A peça, que é um clássico da joalheria, chega atualizada às tendências da moda e na companhia glamorosa de diamantes e esmeraldas. Simplesmente irresistíveis!

A Coleção Religiosa, que é um dos carros-chefes da empresa, também vem com ainda mais força na temporada 2018. A linha apresenta lindas novidades com o símbolo do Espírito Santo e do Sagrado Coração de Jesus, em joias contemporâneas, que privilegiam o design minimalista e a elegância das formas. Uma boa opção para o público que deseja uma joia que atenda as suas convicções religiosas, mas que ofereça um diferencial de beleza às suas produções.

Não deixe de conhecer essas e muitas outras novidades da Alvorada Joalheiros. Visite o stand da empresa na FENINJER! ●







Foto: S. Assis

© 2015 Alvorada

www.alvoradajoalheiros.com.br

(54) 3213-7223 -  



ALVORADA®

JOALHEIROS
DESDE 1960

Resgatando grandes clássicos, a alta joalheria investe na força indomável dos diamantes



Costantini



Aline

Luxo: quanto mais, melhor!

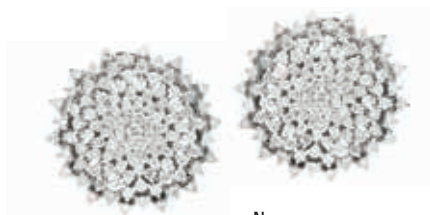
O mundo do luxo segue pautado na ideia de é preciso haver menos ostentação e mais sensação. Mas convenhamos: há emoção mais forte na joalheria do que o impacto causado por uma peça cravejada com quilates de bons diamantes?



Forum Romano



NF Joias



Novara

Laura Hueb



Biwa



Art Gold



Goldbacker



Real Gold



Márcia Mór

TENDÊNCIAS



A&B Metais



Goldbacker



Forum Romano



Márcia Mór



Costantini



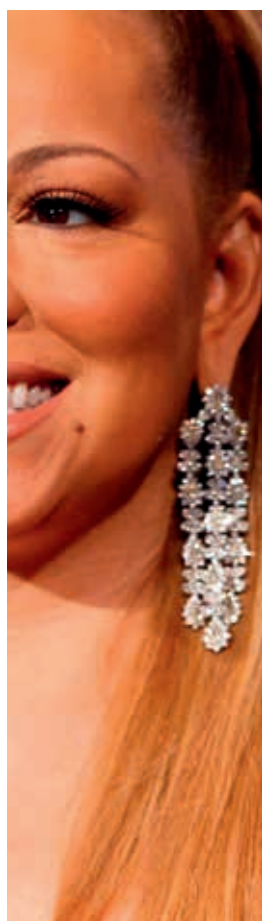
Aline

É apoiada no poder da gema mais desejada da humanidade que as coleções 2018 chegam para impactar o consumidor final que deseja luz e muito brilho.





MASTER



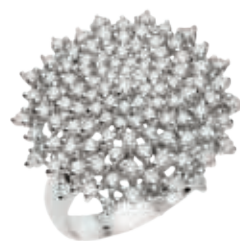
Costantini



Goldbacker



Laura Hueb



Novara



Forum Romano



Aline



Real Gold

A alta joalheria volta às suas origens e não economiza em tamanho e nem em quantidade. De um passado glorioso e nostálgico, especialmente para quem deseja reviver os bons momentos, ressurgem grandes ícones, como os colares e pulseiras de rivas, solitários, chuveiros e tantas outras peças que valem o quanto pesam. Tudo na medida de quem acredita que merece brilhar e ser feliz! ●

PARA ELE



PARA ELA



DE L'AMOUR

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





GUINDANI

51 3227 5512 guindani@guindani.com.br

Senha Metais investe em novidades para brilhar ainda mais forte na temporada 2018

Empresa amplia suas linhas que são campeãs de vendas com novas modelagens



A Senha Metais, empresa que há mais de 30 anos atua no setor joalheiro, sendo hoje referência no segmento na América Latina, reforça suas coleções para brilhar ainda mais forte na temporada 2018. A empresa está ampliando suas linhas de maior sucesso com peças ainda mais exuberantes e requintadas.

A coleção “Di Cuore” ganha elementos imponentes para valorizar um dos símbolos mais fortes na joalheria, o coração, símbolo universal do amor. Entre os destaques está o belíssimo pingente de ouro amarelo, que irradia sua beleza e brilho tanto em colares, como em pulseiras, ladeado por elementos esféricos cravejados de diamantes e rubis. Um luxo irresistível!

Além dessa novidade, a Senha Metais também apresentará na 66ª FENINJER mais de 30 novos charmes da linha

‘Momenti’. As peças vão incrementar a coleção dos famosos berloques colecionáveis da empresa, que representam um dos os maiores sucessos de venda da fábrica em 2017.


Já a ‘Mística’, outra linha de muito sucesso da Senha Metais, cujo destaque são as joias ligadas à espiritualidade, também apresentará inovações. As peças da coleção, que trazem símbolos alusivos à fé e à proteção, como o sagrado coração, pomba da paz, Nossa Senhora, São Bento, olho grego, trevo da sorte e muitos outros elementos, agora também estarão disponíveis em versões mais sofisticadas. Os modelos ganharam o charme colorido e alegre das gemas naturais brasileiras. Para conferir esses lançamentos, não deixe de passar no stand da Senha Metais durante a próxima FENINJER. ●




Senha
Metais

www.senhametais.com.br

+55 17 3222 3562 · ID 96* 10309

 /senhametais

 @senhametais



BRIGHT  POINT

BRIGHT POINT


DIAMOND-JEWELRY
LOW COST



Desenvolvemos a pulseira
com diamantes
para o seu relógio



Atelier 7G

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

Feninjer
FIRJA Clud Med
FIRJA Windsor Rio
Gold Express

BACKER
DESIGN

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

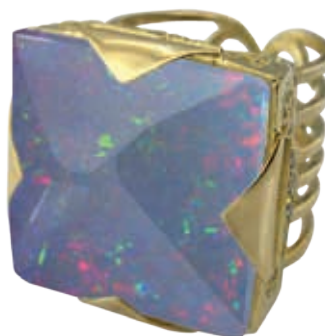


Deixando para trás o seu passado meio hippie, a gema brilha em peças sofisticadas e glamourosas



Laura Hueb

Márcia Mór



Opala

Os tempos mudam, as pessoas mudam, e algumas gemas também. É o caso da opala, gema que num passado não tão distante cultivou a fama de “alternativa”, sendo vista somente em peças mais autorais e de estilo hippie. Hoje a preciosidade está completamente repaginada. É estrela principal em joias que expressam sofisticação, elegância e glamour.



Laura Hueb



Forum Romano



Art Gold





Laura Hueb



Brazil Impex



Benne Fatto

O novo posicionamento da opala se deu a partir do momento em que as grifes de luxo passaram a ostentar seu brilho exótico e multicolorido. A partir daí a gema conquistou espaço na joalheria mundial.





**Radaeli
Gemas**

GEMAS PRECIOSAS
ESMERALDA, TURMALINA PARAÍBA E TANZANITA

(21) 2507-7232
RADAELIGEMAS@GMAIL.COM



Laura Hueb



Márcia Mór



Brazil Impex



Para a temporada 2018, ela chega atualizada a contexto mais democrático, em peças que esbanjam charme e que podem ser usadas nas mais diversas ocasiões. ●



Different



Coleção

Décadas de Ouro

Linha New Look - Anos 40

A essência do ouro e das gemas
de cor anuncia que a
simplicidade é o New Look do
século XXI!

Se tem **VALOR** para você,
a Lloyd Continental **PROTEGE**.

Faça já um **seguro para a sua joalheria** com a **Lloyd Continental**
e garanta sua **tranquilidade** com as nossas coberturas:



Mercadorias mantidas
em estoque no estabelecimento



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



Riscos especiais
e extorsões simples



Mercadorias em
trânsito Brasil/Exterior

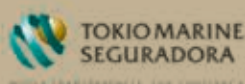


Mercadorias em
feiras e exposições



Mercadorias recebidas
sob custódia de clientes

EM PARCERIA COM:



NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Única especialista em seguro para joalherias desde 1999.

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

Fique tranquilo!

mb







DIVERSITY
COLLECTION
SOLID
Outono/Inverno 2018

GRUPO
SOLID

FORMADO PELAS EMPRESAS



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

Nossa História

A cada ano uma prova de amor diferente.



Planosim

OPÇÕES DE PULSEIRAS:



Calendário

AMAGOLD
OURO CERTIFICADO

1º ano AMETISTA		17º ano VERDELITA		35º ano SAFIRA		54º ano OPALA DE FOGO	
2º ano TOPÁZIO AZUL		18º ano QUARTZO RUTILADO		36º ano CALCEDÔNIA		55º ano JADEÍTA	
3º ano GREEN GOLD quartzo verde		19º ano KUNZITA espodumênio lilás		37º ano HELIODORO		56º ano DENDRITA quartzo	
4º ano CRISTAL DE ROCHA quartzo incolor		20º ano DIAMANTE COLORIDO		38º ano OLHO DE TIGRE		57º ano BRASILIANITA	
5º ano TOPÁZIO IMPERIAL		21º ano INDICOLITA turmalina azul		39º ano SODALITA		58º ano LÁPIS-LAZÚLI	
6º ano PERIDOTO		22º ano TURMALINA BICOLOR		40º ano RUBI		59º ano MALAQUITA	
7º ano CITRINO		23º ano ANDALUZITA		41º ano LABRADORITA		60º ano DIAMANTE	
8º ano RUBELITA turmalina vermelha		24º ano MADREPÉROLA		42º ano ESPESSARITITA granada		61º ano AMAZONITA	
9º ano PEDRA DA LUA		25º ano PRATA		43º ano IOLITA		62º ano ÂMBAR	
10º ano ESMERALDA		26º ano TURQUESA		44º ano PÉROLA SOUTH SEA		63º ano NEFRITA	
11º ano ALMANDINA granada		27º ano CRISOPRÁSIO calcedônia		45º ano TURMALINA PARAIBA		64º ano RODOCROSITA	
12º ano OPALA		28º ano HEMATITA		46º ano TANZANITA		65º ano PÉROLA NEGRA	
13º ano ÁGATA calcedônia		29º ano PRASIOLITA quartzo verde		47º ano DIAMANTE NEGRO		66º ano AMETRINO quartzo bicolor	
14º ano QUARTZO ROSA		30º ano PÉROLA		48º ano OLHO DE GATO		67º ano JASPE	
15º ano ÁGUA-MARINHA		31º ano HIDDENITA espodumênio verde		49º ano GOSHENITA berílio incolor		68º ano ESPINÉLIO	
16º ano PÉROLA DE ÁGUA DOCE		32º ano RODOLITA granada		50º ano OURO		69º ano ABALONE	
33º ano QUARTZO FUMÊ		52º ano ALEXANDRITA		51º ano CRISOBERILO		70º ano PLATINA	
34º ano ESPODUMÊNIO		53º ano MORGANITA berílio rosa					

Nf JOIAS
Com design e com afeto



A temporada amplia opções de peças delicadas para serem usadas em mix



Costantini



NF Joias

Minimalismo 2018



Goldbacker



Biwa



A&B Metais

Aline



Di Roma Brasil



Manoel Bernardes



Forum Romano

Mínima sim, mas sempre muito bem acompanhada! Esse é o conceito do novo minimalismo que está aportando no universo joalheiro. As peças leves e delicadas continuam conquistando as amantes de um estilo mais discreto, mas vão fazer ainda mais a cabeça de quem gosta de brincar – e ousar – com as joias.

TENDÊNCIAS

Atenta a essa tendência, a indústria de joias nacional amplia sua oferta de novidades leves, que se bastam sozinhas, mas que ganham um charme irresistível quando se misturam a outros adornos.



Márcia Mór



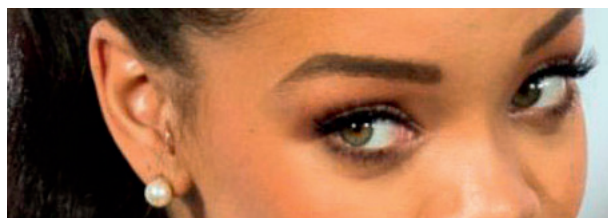
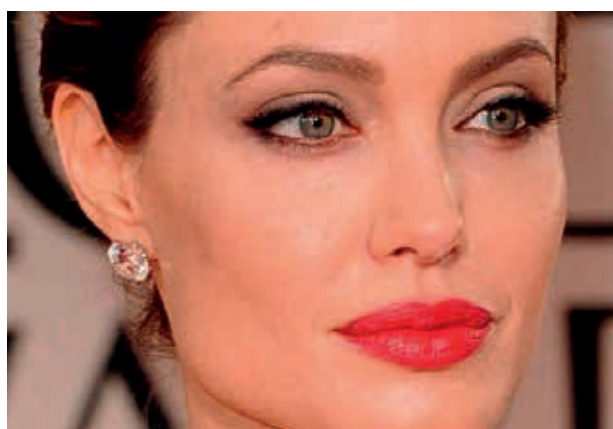
Master



Grupo Solid



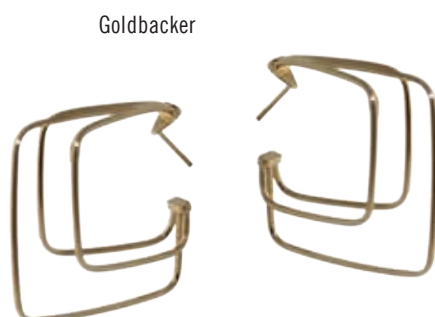
Art Gold



Real Gold



Márcia Mór



Goldbacker



Costantini



Di Roma Brasil

Nessa linha, chegam anéis, colares e pulseiras de ouro ou com a companhia de pequenas pedras. O design geométrico impera entre os lançamentos, mas as bolinhas são o grande charme da temporada. Confira! ●



Manoel Bernardes



CADENA

Rua Campos Salles, 512 | Guaporé | RS

(51) 3212.3041

cadenalt-da@cadenajoi-as.com.br

www.cadenajoi-as.com.br





Cadena traz o universo de Frida Kahlo para a joalheria

As cores, os ícones e a vitalidade da artista são destaques na nova coleção da empresa



Disposta a ampliar a sua participação no mercado joalheiro no país e na América Latina, a Cadena está lançando a sua primeira coleção licenciada. Para essa estreia, a empresa buscou inspiração em uma das figuras mais badaladas da cultura pop na atualidade, a artista plástica Frida Kahlo.

Ousada e intensa, Frida expressava através de sua própria imagem, assim como em suas obras, a sua força, independência, feminismo, autonomia e vitalidade. Alegre e ao mesmo tempo enigmática, combinava roupas com joias cheias de personalidade, além de xales

e coroas de flores entrelaçadas nos longos cabelos. Exaltou o seu amor pelo México e tornou vários símbolos do país e da cultura Maia em ícones do mundo fashion, como as famosas caveiras.

A partir desse universo exuberante, a Cadena criou uma coleção inicial com 24 peças, entre brincos e pingentes da linha “Realizações”, que destacam símbolos que representam o estilo único e inconfundível da artista. Segundo Joseli Roberto Lanzarin, sócio diretor da Cadena, a concessão de direitos de uso da marca Frida Kahlo na joalheria possibilitará à fábrica se sobressair com mais força no setor joalheiro.



“Buscamos esse caminho como forma de nos destacarmos no mercado joalheiro e agregarmos mais valor aos nossos produtos, que já são reconhecidos no ramo pela alta qualidade”, explica o empresário. “Após várias pesquisas, chegamos à conclusão de que o que há de mais atual, forte e impactante no universo da moda é Frida Kahlo, cujo nome, sem dúvida, atrai a atenção do consumidor final”.

As joalherias que desejarem revender a coleção Frida Kahlo, da Cadena, que promete ser um grande sucesso de vendas, podem aproveitar a 66ª FENINJER para conhecer a linha completa. Esses e outros lançamentos estarão brilhando nas vitrines da empresa durante a feira. Não deixe de conferir! ●



A palavra tem poder,
inclusive nas joias!



Master

O poder da palavra



Forum Romano



A&B Metais



NF Joias



Art Gold



Real Gold

Assim como a moda, a joalheria é um meio de expressão e revela muito do estilo e da personalidade de quem a usa. Levando esse conceito literalmente ao “pé da letra”, muitas novidades da temporada 2018 vêm empoderadas, destacando palavras, frases, ideias, manifestos e posicionamentos.

Costantini

TENDÊNCIAS



A ideia não é nova. Há tempos as joias reproduzem palavras, quase sempre nomes ou sentimentos como paz e amor.





Costantini

Di Roma Brasil



NF Joias



Costantini



Márcia Mór



Além desses clássicos, as empresas estão oferecendo a chance do consumidor final customizar o adorno e criar peças com palavras que para ele tem um significado mais profundo. É uma maneira preciosa que as joalherias dispõem para envolver o cliente na criação de uma peça exclusiva e de extremo valor pessoal. ●



O Expositor que Valoriza



Sabemos o quanto é importante a boa exposição dos produtos em vitrine para atrair o consumidor.

O primeiro impulso para compra pode vir através do bom aproveitamento de espaço de uma vitrine e por isso deve ser um aspecto considerado tão importante para o lojista.

Pensando nisso a NINFA confeccionou um lindo expositor de alianças com o intuito de fornecer mais

uma ferramenta para auxiliar o aumento das vendas de seus clientes.

A base de acrílico branco que possui um design clássico e moderno combina com qualquer decoração e acompanhada de um display que destaca ainda mais as alianças.

De um total de 42 alianças, 18 delas são cravadas com um total de 125 pedras.

Considerando as variações de teores (18k, 10k, 9k, Ouro Branco e Prata), representam quase 80 modelos.

Junto com o expositor, você receberá o catálogo NINFA com mais de 600 fotos de alianças, facilitando sua escolha e a de seu cliente.

Além dos mais de 600 modelos de linha, a NINFA também produz modelos especiais, diferenciados e exclusivos para atender aos desejos de todo tipo de consumidor. ●

Faça seu pedido agora mesmo pelo tel.
(11) 3105.5012, WhatsApp (11) 99218.5362 ou
comercial@ninfa.com



COLEÇÃO
Ninfa[®]
Union



...Todo amor é possível



Alianças
Ninfa

(55 11) 3105-5012
www.ninfa.com

MUITO ALÉM DO ENCANTO





inparr



www.inparr.com.br ■ 17 3214-5880 ■ contato@inparr.com.br


MUITO ALÉM DO CHARME





inparr



  [inparrjoias](#)

www.inparr.com.br ■ 17 3214-5880 ■ contato@inparr.com.br

MUITO ALÉM DO FASCÍNIO





inparr



inparrjoias

www.inparr.com.br ■ 17 3214-5880 ■ contato@inparr.com.br



E-mails, textos, telefonemas, relatórios, memorandos... A concentração é um desafio monumental para os líderes, mas é possível estabelecer prioridades nesse turbilhão

O segredo da gestão do tempo

Daniel Goleman

Você gostaria de ter mais horas no seu dia? Tem a impressão de que tem mais tarefas do que tempo? Acho que todos nós já nos sentimos famintos por tempo em algum momento, e infelizmente muitos de nós experimentam isso todos os dias. Recentemente tive uma conversa interessante com meu colega Elad Levinson, instrutor do curso Prosperidade na mudança, ministrado na plataforma Praxis You.

Ele me perguntou: “Existe algum lugar onde os líderes não devem focar sua atenção? Você falou um pouco sobre

alguns caminhos que os líderes deveriam focar. Mas existem lugares onde a atenção dos líderes não deveria ir, porque simplesmente não é útil ali?”

Esse questionamento me fez pensar em como os líderes hoje estão sobrecarregados com reuniões, conversas, telefonemas, e-mails, mensagens de texto... e tudo acontece ao mesmo tempo! Tudo torna-se muito confuso. E o grande desafio para a atenção é selecionar o que é mais urgente agora e o que é apenas uma distração. Sempre que você presta atenção

“ Não se deixe seduzir pela grande oferta de informações ao seu redor; termine o que tem que ser feito e preste atenção apenas ao que é relevante para isso ”

a um e-mail, texto ou chamada telefônica, você direciona sua atenção para a agenda de outra pessoa. Significa que você perdeu aquele tempo para si mesmo.

Quando você for interrompido, pergunte-se: isso pode esperar? Posso colocar de lado? Você vai descobrir que a resposta é quase sempre “sim”. Líderes precisam da capacidade de decidir o que importa agora e então deixar isso claro com um forte senso de boa vontade. Diga às pessoas, gentilmente: “eu vou chegar lá, mas não agora”.

A realidade da falta de tempo

É necessário lembrar que a falta de tempo é tanto uma questão de percepção quanto de realidade. Em média, as pessoas consomem cinco vezes mais informação hoje do que há 15 ou 20 anos. Leva tempo para absorver todas essas informações. Informação consome atenção. Portanto, muita informação significa atenção empobrecida. Isso é fato hoje. É por isso que acredito ser tão importante para todos – seja líder ou não – o rigor acerca dos limites da atenção. Não se deixe seduzir pela grande oferta de informações ao seu redor; termine o que tem que ser feito e preste atenção apenas ao que é relevante para isso.





“ Os dias mais produtivos e satisfatórios foram aqueles onde eles conseguiram focar ininterruptamente em seus projetos. Esses “casulos produtivos” são onde os profissionais conseguem pequenas vitórias, como inovações, resolução de problemas, e dar passos concretos em direção ao objetivo ”

Foco é produtividade – e satisfação

Teresa Amabile e Steven Kramer, psicólogos da Harvard Business School, estudaram 238 membros de equipes engajadas em projetos criativos, desde projetar uma cozinha até sistemas de tecnologia da informação complexos. Os membros da equipe mantiveram diários dos seus dias de trabalho, incluindo relatos de quão produtivos e satisfatórios haviam sido seus dias.

Os dias mais produtivos e satisfatórios foram aqueles onde eles conseguiram focar ininterruptamente em seus projetos.

Esses “casulos produtivos” são onde os profissionais conseguem pequenas vitórias, como inovações, resolução de problemas, e dar passos concretos em direção ao objetivo.

Nós todos precisamos esculpir o tempo dessa forma. Há algumas interrupções que não podemos evitar, para ser sincero. E há tempos em que precisamos pedir ajuda aos nossos colegas também. Mas a maior categoria de destruidores de casulos é a turba de distrações onde estamos enterrados. ●



Daniel Goleman é escritor, psicólogo e jornalista científico, é um dos maiores pensadores da área de negócios no mundo. É autor de 15 livros sobre psicologia, educação, ciência e liderança. Sua principal obra é “Inteligência Emocional”

A escolha de cada noiva

TRADUZIDA EM JOIAS

APRESENTAMOS A PRIMEIRA LINHA
LANÇADA POR UMA INDÚSTRIA E
ASSINADA POR UMA REFERÊNCIA
NO UNIVERSO DAS NOIVAS

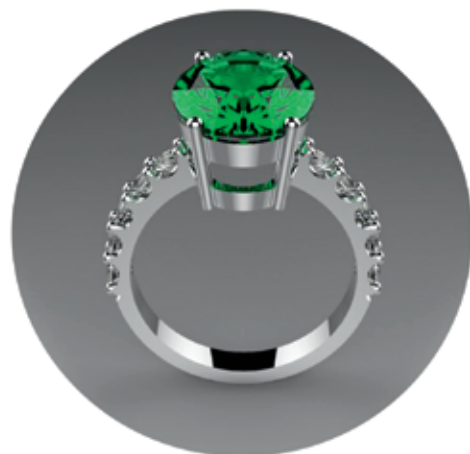
Única
COLEÇÃO BY
MIGUEL ALCADE

VENHA NOS VISITAR NA 66ª FENINJER

DE 19 A 22 DE FEVEREIRO DE 2018 | SEGUNDA A QUARTA - DAS 10:00 ÀS 20:00 / QUINTA - DAS 10:00 ÀS 18:00
HOTEL SHERATON/WTC - AV. DAS NAÇÕES UNIDAS, 12.551 - BROOKLIN NOVO - SÃO PAULO-SP-BRASIL - STAND 15A
MAIS INFORMAÇÕES EM: ATENDIMENTO@GRUPOINOVAJOIAS.COM.BR | 11 3275-3150

GRUPO  INOVA
joias

A número 1 em inovação no Brasil

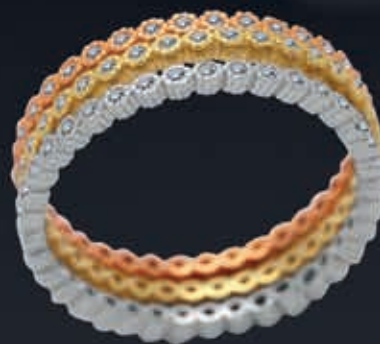


Grupo Ilumini Joias

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.



Colar, Pulseira e Anel em Ouro 18K Esmeraldas, Brilhantes Negros e Ródio Negro



JOIAS QUE REVELAM
A ESSÊNCIA FEMININA.







A MC apresenta joias que trazem elegância e linhas geométricas incríveis. Peças leves e modernas, que revelam a essência feminina. E as novidades não param por aí, visite nosso stand e se encante.

www.grupomc.com.br

MC[®]
MORAES E CARVALHO
JOIAS

Novidades que você precisa conhecer

Fique de olho no mercado e saiba tudo o que acontece nas joalherias do país



Vivara aprimora experiência do usuário em seu e-commerce

O Natal de 2017 comprovou mais uma vez a grande demanda por compras on-line. Para garantir a navegabilidade de seus usuários, a Vivara contou com os serviços da UOLDIVEO. A empresa desenvolveu um trabalho específico para manter o e-commerce da grife em ambiente seguro, estável e escalável, capaz de suportar a demanda de grande pico, sem gerar impacto negativo em seu cliente final. Neste Natal, a página virtual da marca registrou aumento de 25% no total de visitantes únicos e 37% mais page views em relação a 2016, considerando o período de 4 a 21 de dezembro.

Jasper Johns é inspiração da nova coleção da Sara Joias

As obras do pintor norte americano Jasper Johns, são a principal inspiração da nova coleção da Sara Joias. As peças representam, de forma criativa e sofisticada, as diversas fases do pintor e destacam o ouro negro, amarelo e branco, com pedras como brilhantes, esmeraldas, opalas, apatitas, turmalinas paraíba, turquesas e safiras. Os diferentes elementos retratados pelo artista como mapas e alvos e o contraponto de cores, serviram de referência para a joalheira na hora de escolher cuidadosamente as combinações de metais e gemas preciosas. O resultado é uma coleção de tirar o fôlego!



“As peças representam, de forma criativa e sofisticada, as diversas fases do pintor e destacam o ouro negro, amarelo e branco, com pedras como brilhantes, esmeraldas, opalas, apatitas, turmalinas paraíba, turquesas e safiras”

CONHEÇA AS NORMAS BRASILEIRAS DA ABNT

A MC TRABALHA DE ACORDO COM AS NORMAS



De acordo
com as
normas
da **ABNT**

Com esta medida, o Brasil se alinhou com a Norma Internacional ISO 8653-1986 criando a NBR 16058-2012, beneficiando desta forma todo o mercado brasileiro de joias. Esta norma padroniza as medidas dos aros de anéis e alianças, evitando o retrabalho, gerando melhor economia, qualidade e rapidez na produção, valorizando nossos produtos e deixando os clientes mais satisfeitos.



Para saber mais entre em contato:
www.grupomc.com.br
Telefone: (47) 3329-7009

MC
MORAES E CARVALHO
JOIAS

Cordões para óculos voltam a ser destaque nas joalherias

Lembra das cordinhas que as vovós usavam para não perderem os óculos? Depois de ser destaque no desfile da Balenciaga, o acessório conquistou as famosas e voltou a ser destaque no mix das joalherias mais antenadas. Rápida no gatilho, a Biwa criou modelos variados feitos com gemas e hematitas, que são puro charme para as joalherias que desejam pegar carona nessa tendência. As novidades estarão entre os lançamentos da empresa para a 66ª Feninjer.

“Depois de ser destaque no desfile da Balenciaga, o acessório conquistou as famosas e voltou a ser destaque no mix das joalherias mais antenadas”



* Fotos Daniel Ernst



Ellen Jabour é a estrela da nova campanha do Joias VIP

O Joias Vip convidou Ellen Jabour para ser protagonista da nova campanha da coleção 2018. Elegante, charmosa e cheia de glamour, a modelo e apresentadora personifica a essência da nova coleção, que promete conquistar as fashionistas. Segundo Ivan Quirino e Fabiano Simões, diretores do Joias Vip, empresa que completou 10 anos de mercado neste ano, a escolha de Ellen se deu pela função do papel que ela representa como ícone fashion. ●

“Elegante, charmosa e cheia de glamour, a modelo e apresentadora personifica a essência da nova coleção”



LAURA HUEB


COLEÇÃO SNOWFLAKES





ALINE

www.joiasaline.com.br
(17) 3215-2992 / 99190-7007



  joiasaline



ALINE

www.joiasaline.com.br

(17) 3215-2992 / 99190-7007

  joiasaline



Choker
2JP4351

Colares
2JP4672
JOP9057

Pulseira
2JP4347

Chokers
2JP4654
2JP4009
2JP4619

Colares
2JP4668
2JP4757

Pulseiras
2JP4210
2JP4255
2JP4620



Biwa

www.biwa.com.br

Choker:
2JP3723

Colares
2JP4671
2JP4615

Pulseiras
2JP2105
2JP3735





Biwa

www.biwa.com.br

Chokers
2JP4358

Pulseiras
2JP4357

Chokers
2JP4353
2JP4414

Colares
2JP4075
2JP4528

Pulseira
2JP4352

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
biwabaraon@biwa.com.br

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



Choker
2JP4342

Colares
2JP4383
2JP4562

Pulseiras
2JP4214
2JP4262

Biwa

www.biwa.com.br

Coral Esculpido



CRA0196

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

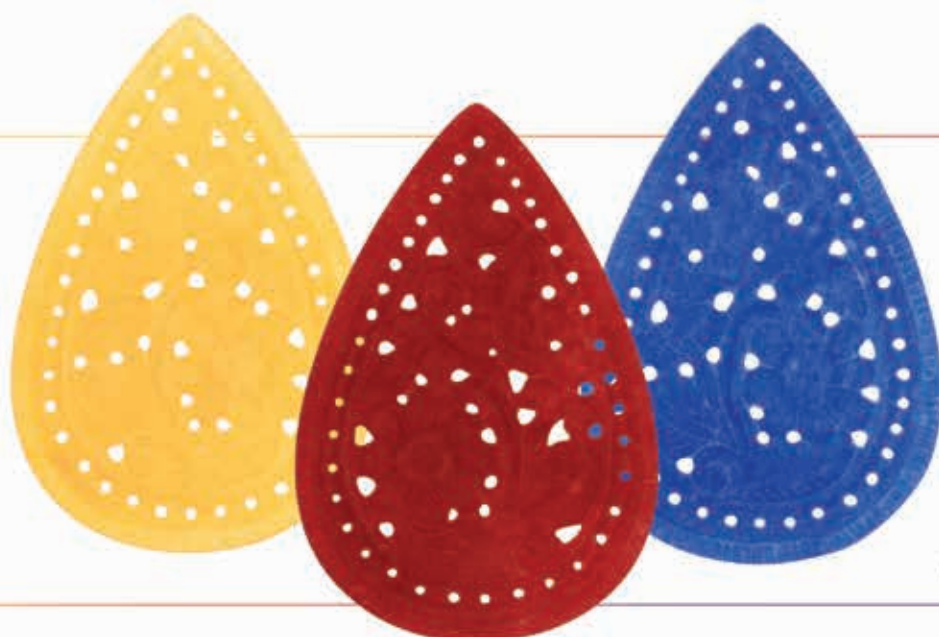
WhatsApp +55 11 998162432

biwalaraao@biwa.com.br

facebook.com/biwa.brasil

www.biwabrasil.com.br

www.biwa.com.br



PDA2179

Quartzos



PDA2179



MDA0414



MDA0485



MDA0463



MDA0444



MDA0445



MDA0435



MDA0613



MDA0614



MDA0515



MDA0514



MDA0498



MDA0244



MDA0626



MDA0436

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 continuam 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.

PAIXÃO
JOIAS

S  FISTICAT 



RUA RUBI
@paixaojoias_oficial
Desde 1942



Veja o estudo do Pinterest que revelou os hits da moda para essa temporada

Tendências que estarão em alta em 2018

O Pinterest é uma rede social de compartilhamento de imagens riquíssima em referências. Integrada ao Facebook, é um grande mural de interesses que pode também ser dividido em diversos boards (murais), muito utilizado por quem atua em criação, moda e design. A plataforma fez um estudo com 100 previsões de tendências em suas principais categorias, respaldadas por dados globais. Separamos para você conferir o que essa análise destacou na área de moda para homens e mulheres. Confira!

Estilo feminino: moda mais arrojada

Estilo no Pinterest é onde o mundo da moda se encontra com o mundo real. As pessoas usam o Pinterest para descobrir novas tendências e decidir o que comprar. 70% das mulheres usuárias do Pinterest o acessam pelo menos uma vez por semana (Análise Pinterest), para pesquisar, salvar e montar seu look book personalizado. Com mais de 16 bilhões de ideias, esta é uma das categorias mais populares da rede social.



Logos nas t-shirts: a última tendência das ruas mistura a iconografia das marcas com peças em evidência (os Pins de “logos” salvos tiveram um aumento de 203%)



Brincões estruturados: desde as argolas extragrandes até os metais estruturados, os brincos estão maiores do que nunca (os Pins de “brincos grandes estruturados” salvos tiveram um aumento de 947%)



Calças e macacões larguinhos: agora é a vez das pantalonas e pantacourts (os Pins de “perna larga” salvos tiveram um aumento de 213%)



A vez das boinas: acessório que ganhou destaque nas passarelas em 2017, essa peça tão tipicamente francesa é très chic tanto de dia quanto de noite (os Pins de “boinas” salvos tiveram um aumento de 269%)



Até o chão - casacos longos: blusas e coletes abaixo do joelho deixam o visual mais descontraído, enquanto quimonos e casacos dão um toque sofisticado ao look (os Pins de “peças longas em camadas” salvos tiveram um aumento de 102%)



O plástico está de volta: resina acrílica e vinil são os materiais sintéticos que deverão estar em todo lugar nas próximas estações (os Pins de “acrílico” e “roupa de vinil” salvos tiveram um aumento de 110%)



Use e abuse das fendas: esse detalhe que não passa despercebido é comum encontrar em túnicas e vestidos midi, e até as calças ganham um visual inesperado (os Pins de “fendas laterais” salvos tiveram um aumento de 147%)



Jeans 100% algodão: um estilo favorito está de volta — o jeans 100% algodão foi repaginado e merece um espaço no seu armário (os Pins de “jeans 100% algodão” salvos tiveram um aumento de 115%)



Meias à vista: meias finas com tênis ou sandálias dão um up em qualquer look (os Pins de “meias finas” salvos tiveram um aumento de 72%)



Sapatos com fivelas: rebites, pérolas e fivelas são detalhes sutis, mas de grande impacto nos sapatos (os Pins de “sapatos com fivelas” salvos tiveram um aumento de 222%)

O que estará em alta em 2018

Estilo masculino: mantendo a elegância

Quem disse que o Pinterest não é para homens?! O número de usuários masculinos cresceu 50% no ano passado, assim como o interesse desse público em estilo, com um aumento de 80% nos Pins salvos (Análise Pinterest). Os homens costumam pesquisar e navegar para encontrar novas combinações de roupas no Pinterest para ocasiões diferentes. De fato, 72% dos homens afirmam ser influenciados por marcas (Pinterest, estudo de utilização das categorias). ●

Para eles, essas são as tendências:



Jaqueta de veludo: a roupa de trabalho tradicional está inspirando tendências que não podem faltar no seu guarda-roupa — e a jaqueta de veludo rústica é o exemplo mais clássico desse look (pesquisas por “jaqueta veludo” tiveram um aumento de 160%)



Adeus, jeans! as calças flex combinam conforto, funcionalidade e estilo — basicamente a solução ideal para muitos homens (pesquisas por “calças flex” tiveram um aumento de 242%)



Peças masculinas com logos: boas marcas resistem ao tempo, e logos clássicos dão ao estilo do dia a dia uma vibe tradicional (pesquisas por “logos masculinos” tiveram um aumento de 241%)



Peças masculinas oversized: bombers, sobretudos e outros estilos estão evoluindo para versões “oversized” em 2018 (as pesquisas por “jaqueta oversized” tiveram um aumento de 216%)



Micro estampas: estampas e padronagens minúsculas estão no radar de quem se veste de forma casual para trabalhar com peças que fogem do lugar comum (pesquisas por “estampas pequenas” tiveram um aumento de 476%)



Barba bem feita: uma bela barba requer cuidados especiais, como ser aparada com frequência e outros rituais diários de manutenção (pesquisas por “aparar a barba” tiveram um aumento de 200%)



Mochilas estilizadas: mochilas e bolsas tipo carteira são feitas para serem duráveis e descoladas, com detalhes práticos para o cotidiano (pesquisas por “mochilas de couro” tiveram um aumento de 146%)



Acessórios masculinos: abotoaduras, óculos e anéis são itens excelentes para completar um look (pesquisas por “acessórios masculinos” tiveram um aumento de 201%)



DIY: mangas, punhos e cropped: calças e mangas dobradas são aquelas sacadinhas simples que deixam o visual mais descontraído — além de economizar uma ida à costureira (as pesquisas por “manga curta dobrada” tiveram um aumento de 340%)



Estilo monocromático: composições em um só tom reinam soberanas, com cores próximas, sem ser exatas — vale usar jeans com jeans, combinar tons neutros ou usar só preto (os Pins de “monocromático” salvos tiveram um aumento de 289%)



COSTANTINI

www.costantini.com.br
costantini@costantini.com.br • T7 3334 8800 • T7 981321800 • São José do Rio Preto-SP • Brasil


AMAGOLD
OURO CERTIFICADO







Brazil Impex é uma empresa especializada em pedras calibradas,
e em pedras especiais, faça uma consulta.

Fone: +55 31 3657 4244
Cel/Whatsapp: +55 31 99276 0169
adriana@brazilimpex.net



BRAZILIMPEX



“Slices” de Turmalina Paraíba. Em destaque slice com a matriz quase toda preenchida por agregados de turmalina paraíba de altíssima qualidade. Um material que pode chegar a 100 dólares o quilate. *Fotos: Nelson Oliveira*

A pedra vêm como forte tendência para gemas em joias em 2018.

“A mineradora que explora esta gema no Brasil inovou e criou os “Slices de Turmalina Paraíba” um novo produto que contém a famosa turmalina imersa em sua matriz original”

“Slices” de Turmalina Paraíba

Maurício Favacho

Com a Turmalina Paraíba é assim, “nada se perde, tudo se aproveita”. O mercado destas pedras com seu azul e/ou verde neon hipnotizante continua em alta, estas gemas agora fazem sucesso até mesmo com o que outrora era considerado rejeito. A mineradora que explora esta gema no Brasil inovou e criou os “Slices de Turmalina Paraíba” um novo produto que contém a famosa turmalina imersa em sua matriz original. Aprovado pelos joalheiros e designers de joias estrangeiros os “Slices” despontam como forte tendência em gemas para joias em 2018.

Os “Slices” ou fatias de turmalinas apresentam belezas singulares em padrões que nunca se repetem, possuem valores voltados principalmente para o mercado de joias de alto luxo com preços que variam de US\$ 25 a US\$100 dólares por quilate (0.2 gramas) e as peças produzidas com este material podem chegar a valores bem elevados. O material já caiu no gosto dos joalheiros e designers de joias Nova Iorque e despontam como forte tendência para 2018.

A classificação e avaliação gemológica deste material leva em conta não somente os 4c's, parâmetros gemológicos que fazem referência ao Carat (quilate), Color (Cor), Cut (Lapidação) e Clarity (Pureza) de uma gema, mas também levam em consideração o quanto de “Turmalina Paraíba” existem na matriz (porção escura e/ou esbranquiçada por vezes nos Slices). Quando o material quase não apresenta matriz o material pode chegar a US\$100 dólares por quilate. Por outro lado, o material pode ter bastante matriz e ter incrustado minúsculos cristais de altíssima qualidade gemológica e que também pode chegar ao mesmo valor.

A Turmalina Paraíba tem sua cor neon verde ou azul atribuídas a presença de pequenas partículas de cobre (Cu), este é um fenômeno que acontece com excelência apenas nas Turmalinas Paraibas de origem brasileira, enquanto que nas demais turmalinas de outros países (também chamadas de paraíba devido a razões comerciais) esse fenômeno é pouco visível, um fato que diferencia a qualidade entre uma e outra e a preferência mundial pelas brasileiras. ●



“ A Turmalina Paraíba tem sua cor neon verde ou azul atribuídas a presença de pequenas partículas de cobre (Cu), este é um fenômeno que acontece com excelência apenas nas turmalinas paraibas de origem brasileira ”



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





GUARU

COMÉRCIO IMPORTAÇÃO E
Exportação LTDA.

Tels: 55 11 3088-3198 | 3060-9186 | Fax: 3061-3990

WhatsApp 11 991551-852 | 94033-4409





Depois de brilhar nas grandes grifes mundiais, a cerâmica passa a ser alvo dos noivos

“A empresa investiu na criação desses modelos para inovar e se destacar no mercado joalheiro, criando opções interessantes para quem busca uma joia alternativa, diferente da linha tradicional”

Cerâmica chega para modernizar as novas coleções

Depois de brilhar em algumas das grifes mais desejadas do mundo, as cerâmicas estão conquistando o coração dos noivos. O material, que é considerado arrojado e inovador, tem marcado presença nos anéis destinados aos noivos e as pessoas que desejam uma joia para simbolizar um laço afetivo.

Entre as empresas que estão apostando na modernidade do material para criar uma linha mais contemporânea está a Benne Fatto. A fábrica é uma das pioneiras na aplicação da cerâmica na linha de alianças. Para destacar a beleza do material, a marca investiu numa criação com design clean,

que exploram o minimalismo. O resultado são anéis com uma pegada mais urbana e contemporânea, perfeitos para casais que desejam uma joia moderna, mas ainda assim bonita e romântica.

Segundo Edson Souza, presidente da Benne Fatto, misturar o ouro à cerâmica é uma forma interessante de introduzir algo mais atraente e mais excitante para o consumidor final. “A empresa investiu na criação desses modelos para inovar e se destacar no mercado joalheiro, criando opções interessantes para quem busca uma joia alternativa, diferente da linha tradicional”, destaca o empresário. ●





 **BRÜNER**
JOIAS PARA TODA A VIDA

bruner.com.br

 JoiasBruner

 joias_bruner



Seguimos acreditando em nosso Brasil e em nossa gente. No poder do bem e na nossa força de nos reinventarmos e nos movermos sempre em frente.

Seguimos acreditando na integridade, na eficiência, na inovação e nas pessoas como propulsoras da transformação e do desenvolvimento.

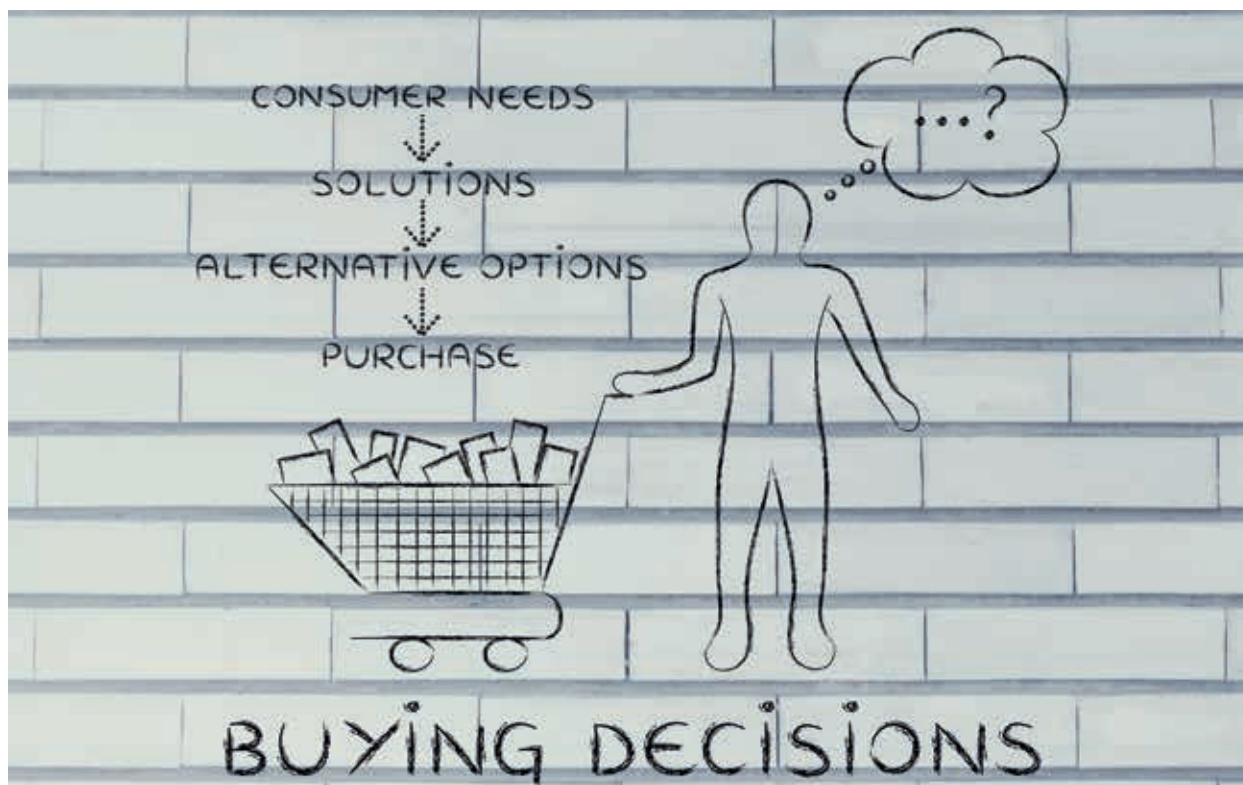


Seguimos cada vez mais acreditando na frase de Walt Disney:
"Se você é capaz de sonhar, é capaz de realizar."

Seguimos lado a lado com você para construirmos juntos um ano memorável.

estojosbaldi.com.br

Baldi
DESDE 1946



Gatilhos Mentais

Veja como usar o poder das emoções para melhorar suas vendas

Pare para pensar. Por que as pessoas comprem muitas vezes sem que haja uma necessidade imediata? A Black Friday é um bom exemplo disso. Pessoas esperam pela data e têm urgência em comprar, mesmo sem precisar dos produtos. A resposta para essa atitude está no fato de que cada decisão que seu cliente toma envolve emoções conscientes e subconscientes. Entender esse comportamento é encontrar uma estrada para o sucesso em qualquer negócio. Todos nós temos os mesmos “gatilhos” e necessidades mentais básicas que impulsionam à ação. E quando entendemos esses disparos psicológicos, podemos criar mensagens de Marketing mais eficazes e aumentar as vendas.

Bruno Gianelli, sócio da empresa Betalabs, estudou de perto o tema. “Gatilhos mentais são técnicas e diretrizes de persuasão aplicadas de forma inconsciente, que facilitam o processo de tomadas de decisão, e “poupam energia” de nosso cérebro”, explica ele. “Acabamos adotando técnicas para facilitar este processo, sem que isso seja percebido na maioria das vezes”.

Então, se existem formas de fazer com que o cérebro tome determinadas decisões de forma inconsciente, há como usá-las para aumentar as vendas e fazer com que o cliente compre, segundo Gianelli. “Não se trata de magia ou hipnose, mas sim de mecanismos simples que podem ser aplicados para incentivar os consumidores a tomar a decisão de comprar”, revela ele. Mas, antes de aplicar essas técnicas é preciso atenção, pois de acordo com ele, os excessos podem afetar os resultados que você quer ter. “É importante sempre manter a ética e não abusar de nenhuma destas técnicas, pois o uso em demasia pode, inclusive, trazer um efeito contrário ao esperado”. Segundo ele, juntamente com o que é prometido, é necessário entregar um produto ou serviço de qualidade e atingir a expectativa do cliente, “caso contrário nada fará seu negócio ter sucesso”.

Existem, segundo o empresário, alguns gatilhos mentais simples e comuns para serem usados no dia a dia. Ele apontou alguns que podem parecer familiares. Conheça-os abaixo:



Bruno Gianelli, sócio da empresa Betalabs

“Por que as pessoas compram muitas vezes sem que haja uma necessidade imediata? A Black Friday é um bom exemplo disso. Pessoas esperam pela data e têm urgência em comprar, mesmo sem precisar dos produtos”

Segurança

Ao oferecer um produto ou serviço é fundamental demonstrar-se confiante e seguro em relação àquilo que está vendendo. Esse gatilho diz respeito tanto à segurança transmitida pela sua loja quanto à sensação que o produto causa no consumidor.

Como aplicar:

- “Resultados em uma semana ou devolvemos o seu dinheiro”;
- “99% de clientes satisfeitos”.

Escassez

Sabe aquele papo de que “é preciso perder para dar valor”? Acredite ou não, mas essa lógica funciona para os negócios. As pessoas tendem a valorizar aquilo que é escasso e há uma explicação: o inconsciente costuma associar que quanto mais difícil for para adquirir um produto, mais raro e valioso ele é.

Como aplicar:

- “Apenas uma unidade restante em estoque”;
- “Vagas limitadas”;
- “Frete grátis para os 20 primeiros compradores”.

Urgência

Muito parecido com o gatilho da Escassez, porém está relacionado ao fator temporal, pois o produto ou serviços oferecidos possuem um prazo limite para serem adquiridos. É agora ou nunca! Depois desse período, o consumidor perde a oportunidade de obter o item ou de aproveitar um desconto, por exemplo. É um gatilho muito efetivo, pois diante dessa situação, tendemos a agir o mais rápido possível.

Como aplicar:

- “Contagem regressiva para comprar”;
- “Só neste fim de semana”;
- “Última chance”.

Prova Social

Por pertencermos a uma sociedade, querendo ou não, o inconsciente tende a seguir a maioria em suas decisões. Seres humanos sentem necessidade de pertencer a grupos que os identifiquem como indivíduos, dessa forma, a Prova Social é um gatilho poderoso.

Como aplicar:

- Depoimentos de clientes satisfeitos e pesquisas de satisfação;
- Opiniões e imagens de pessoas influentes que utilizam o produto;
- Quantidade de unidades vendidas.

Reciprocidade

“Gentileza gera gentileza”. Concorde? Seu inconsciente também. O ser humano tem uma tendência natural a querer retribuir algo que lhe agrega valor de alguma forma. Portanto, se você pratica algum gesto que seu cliente entenda ser de coração, ele se sentirá grato e retribuirá de alguma forma, seja compartilhando uma publicação, seja cadastrando o e-mail na sua lista ou mesmo comprando um de seus produtos.

Como aplicar:

- Amostras grátis;
- Brindes.

Antecipação

Ao assistir a um trailer empolgante de um filme que será lançado em breve, bate uma ansiedade pela estreia, certo? Assim funciona o gatilho da Antecipação. Ele diz respeito às expectativas em relação a algo que está por vir e, portanto, é muito poderoso, uma vez que o futuro é algo incerto e o ser humano se sente confortável quando as perspectivas são positivas. Estimular a novidade, antecipando informações sobre um lançamento é mais um modo de conquistar a atenção do público.

Como aplicar:

- Planeje a apresentação do produto e comece a fazer publicidade, estimulando a curiosidade do público sobre o que está por vir.



Razão (Porque)

Mesmo que as decisões sejam tomadas primeiramente no inconsciente, a mente tende a procurar sempre por razões que justifiquem as ações. Quando encontramos essas motivações, acreditamos estar fazendo o certo.

Como aplicar:

- Apresente os motivos pelos quais deveriam comprar seu produto/serviço;
- Quando usar os gatilhos de urgência e escassez, explique o motivo do prazo ou da oportunidade ser única.

Por que estes gatilhos funcionam?

De acordo com Bruno, “pelo próprio conceito deste mecanismo”. “No cérebro humano existe uma parte responsável por nossas emoções e outra, por processar as informações lógicas”, explica Gianelli. “Ao tomar uma decisão, a parte do cérebro que é ativada inicialmente é a responsável pelas emoções, logo, utilizando estes conceitos, fazemos com que aumente a probabilidade das pessoas decidirem de acordo com o que é direcionado”. ●

“ Ao tomar uma decisão, a parte do cérebro que é ativada inicialmente é a responsável pelas emoções, logo, utilizando estes conceitos, fazemos com que aumente a probabilidade das pessoas decidirem de acordo com o que é direcionado ”



Manoel Bernardes

Colar e anel de ouro
amarelo 18K com quartzo,
topázio e diamantes

Descubra as melhores
novidades do setor!

A temporada 2018 no mundo das joias começa aqui

Ano novo, coleções novas! E nesse espaço você confere o que há de melhor para a temporada 2018, com peças que têm tudo para ser sucesso no ponto de venda. Seleccionamos um mix completo e diversificado, com joias de diferentes estilos, para que você consiga preparar e renovar o seu estoque com peças com grande potencial de vendas.

O foco deste guia são produtos destinados especialmente ao Dia das Mães e dos Namorados para

que você tenha tempo de analisar, selecionar e escolher os destaques que levará para a sua loja.

Agora uma dica de ouro: não esqueça de apresentar as novidades à sua equipe. Seus vendedores precisam conhecer os produtos, seus conceitos e diferenciais. Lembre-se também que o que se compra, se expõe. Capriche na dinâmica das vitrines, trabalhe com temas atuais e prepare o show para que as novas coleções possam brilhar com mais força na sua loja. Boas vendas! ●

Brüner

Par de brinco e anel de ouro amarelo 18K da Coleção Organic



Brüner

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



De L'amour Joias

Par de brinco e anel de ouro branco 18K e diamantes da Coleção Best Brilliance



Seven Metais

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





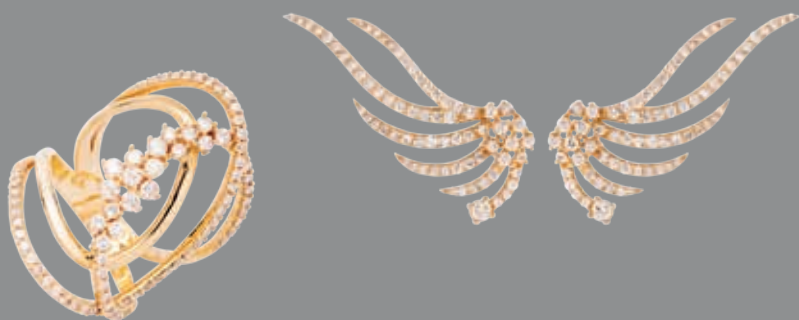
Basel Preziose

Pingentes de ouro branco 18K, esmeraldas, topázios e diamantes da Coleção Let's Get Up



Basel Preziose

Par de brinco e anel de ouro branco 18K, topázios e granadas da Coleção I Believe



Aline

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



Costantini

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

Inparr Joias

Gargantilha e anel de ouro amarelo 18K e diamantes



Inparr Joias

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



Laura Hueb

Par de brinco e anel de ouro branco 18K, opalas, esmeraldas e topázios da Coleção Austrália





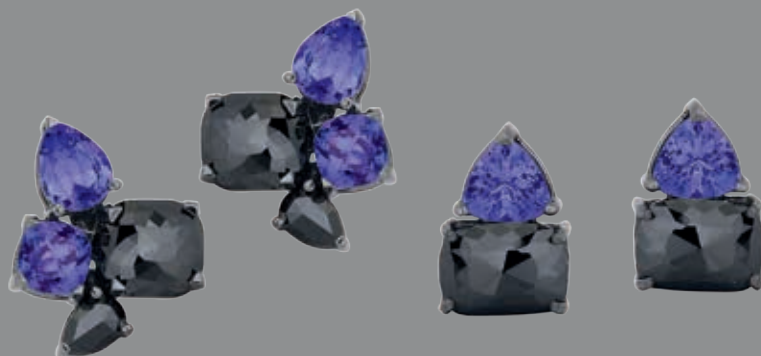
Denoir

Par de brinco e colar de ouro amarelo e rose 18K, espinélios e diamantes



Di Roma Brasil

Anéis de prata 925, swarovski e zircônias



Deri Joalheiros

Pares de brinco de ouro negro 18K, tanzanitas e diamantes



Benne Fatto

Alianças de ouro amarelo, branco e rose 18K, diamantes e cerâmica

Grupo Ilumini Joias

Par de brinco e colar de ouro branco 18K, banho de ródio negro, esmeraldas e tanzanitas



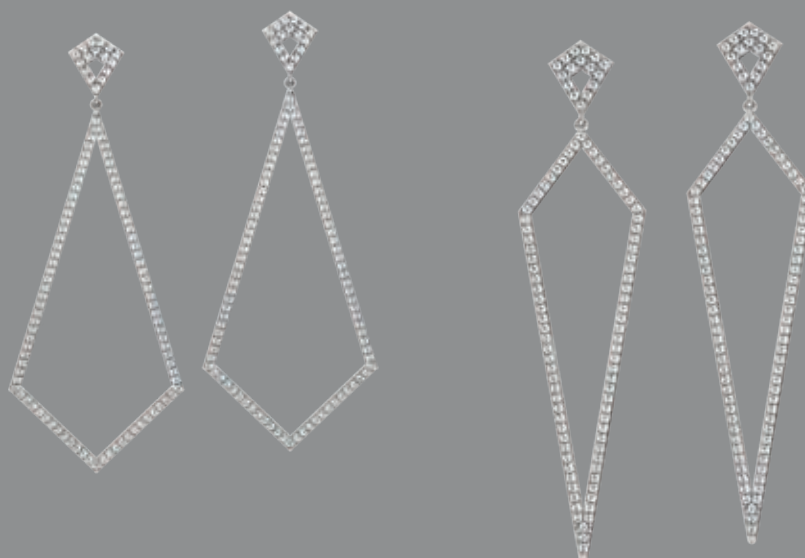
Novara

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



DRW Joias

Pares de brinco de ouro branco 18K e diamantes da Coleção Splendor





Alvorada Joalheiros

Colar em ouro rose 18K,
topázios, pérola e diamantes



Master

Anéis de ouro
amarelo 18K,
tsavoritas e topázios



Biwa

Choker e pulseira de
pérola natural e ouro
amarelo 18K

Backer Design – Bright Point

Pulseiras de ouro branco
18K e diamantes



Backer Design – Bright Point

Pulseiras de ouro branco
18K e diamantes



Márcia Mór

Pares de brinco de ouro
amarelo 18K e esmeraldas
da Coleção Superstars



Márcia Mór

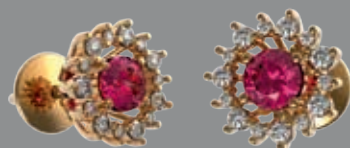
Par de brinco e anel de
ouro amarelo e branco 18K,
esmeraldas e diamantes da
Coleção Taj Mahal





Nature Onis

Colares de moonstone,
diamantes, olho grego e
ouro amarelo 18K



Art Gold

Par de brinco e anel de ouro
amarelo 18K, turmalinas e
diamantes da Coleção Requite



Cadena Joias

Par de brinco e anel de
prata 925, banho de
ródio branco e zircônias

Fiorelle - Grupo Inova Joias

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



Nuova Metais - Grupo Inova Joias

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



Maeve Metais - Grupo Inova Joias

Gargantilha e anel de ouro amarelo
18K, turquesa, pérolas e madre pérola
da Coleção Èté



Beli Metais - Grupo Inova Joias

Anéis de ouro amarelo 18K
das Coleções Wave e Linea





Senha
Metais

www.senhametais.com.br
+55 17 3222 3562 . ID 96* 10309

 /senhametais
 @senhametais

Senha Metais

Pulseira e berloques de ouro
amarelo 18K da Coleção Momenti



Senha Metais

Gargantilha e pulseiras
de ouro amarelo 18K,
diamantes e rubis da
Coleção Di Cuori





Senha Metais

Gargantilha e pulseiras de ouro amarelo 18K e diamantes da Coleção Di Cuori



Senha Metais

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



Senha Metais

Gargantilha e pulseira de ouro amarelo e branco 18K da Coleção Di Cuori

Pulseira de ouro amarelo 18K e diamantes da Coleção Di Cuori



GRUPO
ILUMINI
JOIAS



Aneis e Colar em Ouro 18K Turmalinas Paraibas e Brilhantes

www.iluminijoias.com.br

ilumini@iluminijoias.com.br

55 11 3661-8871

@ilumini_joias



/grupoilumini





Expectativa de crescimento e a volta do consumo devem marcar o ano novo tanto nas lojas físicas como nas virtuais

O varejo em 2018

Podem se preparar! Em 2017 vimos a tecnologia mudar a um ritmo que poucos esperavam e 2018 será um ano ainda mais dinâmico. Da inteligência artificial à volta das compras, o varejo viverá dias intensos a partir de agora, e bem mais positivos, é o que se espera. Se no ano passado o consumidor brasileiro foi cauteloso e comprou apenas o que precisava, sem assumir grandes endividamentos, isso poderá mudar a partir de agora.

“Temos notado um aquecimento no varejo tanto com o aumento das vendas como na volta dos planos de expansão de empresas”, avalia Marcos Hirai, sócio-diretor da consultoria GS&BGH Retail Real Estate. Segundo ele, nessa temporada o empresário que até então estava arredio voltará a se sentir mais confiante. “Os números até aqui, confirmam uma retomada do crescimento da economia brasileira e do consumo de bens e serviços a partir de 2018”, revela Hirai.

Conforme projeções do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) haverá um crescimento de 2,6% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2018. A previsão é que o PIB da indústria cresça 3,4%, enquanto os serviços, 2,2% e a agropecuária deve aumentar 3,5%. Pela ótica das despesas, o PIB vai contar com um crescimento de 2,7% no consumo das famílias. Em 2018, o consumo do governo deve cair 0,2%.

Mas ainda é preciso ver tudo com calma. Para o especialista, há notadamente preferência por investimentos em alguns estados, dentre eles São Paulo. “Rio de Janeiro, por exemplo, está excluído dos planos de crescimento da maioria das redes, por causa da crise que vive”, diz o empresário. Motivos, explica ele, não faltam: roubos de cargas, 16% da população ativa desempregada, dívidas internas e até questões políticas têm feito com que muitos varejistas deixem de colocar o estado na pauta de expansão.

“E como 2018 será o ano de produtos mais baratos, joias que primam pela qualidade, mas não tão ‘pesadas’, devem ser mais fáceis de serem encontradas”



“Essa evolução de consumo não será homogênea em todo o país. Os investidores olharão para portos mais seguros”. Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Distrito Federal, cita ele, que antes eram caminhos naturais para a abertura de novas lojas, hoje devem ficar de fora, pois nota-se há algum tempo uma redução de investimentos nestes locais.

São Paulo, apesar de estar nos planos de expansão de muitos varejistas, crescerá com ressalvas. De acordo com Hirai, não serão todos os setores que sentirão essa retomada de vendas. “O consumidor tem buscado produtos e serviços com boa relação custo-benefício, assim o consumo não volta com força total, como vimos entre os anos de 2010 e 2012”, garante o consultor. “Estamos vendo um consumidor mais comedido, muito mais exigente e consciente, que quer qualidade, mas não está disposto a pagar um preço maior por isso”.

Na moda, as fast fashions devem ganhar cada vez mais espaço, por trabalharem com produtos “mais acessíveis e baratos”. Ou seja, o consumidor vai procurar preço e avaliar por que comprar determinado produto, naquele momento. “Por isso, muitos varejistas ainda têm receio e não querem expandir suas lojas”, diz Marcos. “É hora de buscar entender esse novo consumidor, seja no setor de alimentos ou de joias”.

E como 2018 será o ano de produtos mais baratos, joias que primam pela qualidade, mas não tão “pesadas”, devem ser mais fáceis de serem encontradas. “A alta joalheria possui seu mercado, mas a joia tradicional ainda terá dificuldade de se vender, porque o poder aquisitivo da maioria da população continua comprometido”. Esse fator de instabilidade, explica Hirai, faz com que não vejamos a volta de um consumo pleno no mercado joalheiro. “O clima está ficando melhor, as empresas voltam a pensar em contratação, mas muita gente ainda teme o desemprego e prefere poupar a consumir sem freios”.

Apesar das tendências de melhora, dos bons indicadores da macroeconomia e também pelos fundamentos econômicos do Brasil estarem controlados para o especialista, o Brasil ainda é uma incógnita, pois ninguém sabe direito o que acontecerá com a crise política pela qual passamos. “A inflação está baixa, a taxa de juros controlada e temos boas reservas econômicas, mas há indicadores que mostram riscos, há muitos perigos que podem ameaçar esse cenário”, avalia Hirai, lembrando que viveremos ano de eleições. “Por isso, comprar produtos desnecessários está fora dos planos do consumidor. Ele não vai fazer loucuras e o varejista terá de ficar muito atento à isso”.

Tendências para ficar de olho em 2018

Para Thiago Mazeto, gestor especialista em e-com, a inovação será o valor mais forte no varejo online, que continuará crescendo no Brasil. Confira, a seguir, as 6 principais tendências apontadas pelo especialista.

1) Otimização da experiência de compra mobile

O uso massivo de celulares e tablets também para a compra online exige que se dê atenção especial aos dispositivos mobile. Em geral, a equipe de programação cria o código do site pensando em desktops para, só depois, fazer pequenas adaptações de forma a adaptá-lo a telas menores. O problema é que essa solução até pode ser visualmente eficaz, mas traz alguns problemas de agilidade e confiabilidade. É preciso lembrar que um celular ou tablet tem um poder de processamento muito menor que um PC ou um notebook. Para vender mais, é necessário dar atenção à eles.



2) Investimento em segurança e privacidade

A preocupação em relação a fraudes e desvios de dados da loja ou dos clientes sempre esteve presente em 2018. As soluções tecnológicas para assegurar a compra dos internautas tendem a ficar cada vez mais sofisticadas. O detalhe é que só agora os lojistas vêm percebendo a necessidade de dar visibilidade a esses recursos, com banners e selos no próprio site, transmitindo mais confiança aos consumidores. Vale lembrar que a segurança não é apenas uma questão virtual. Algumas soluções de logística também despontam como tendências do e-commerce, como a possibilidade de realizar entregas mais rápidas e até mesmo o investimento na possibilidade de devolução ágil de produtos.



3) Uso de Big Data em diferentes atividades

Para quem ainda não sabe, o Big Data consiste basicamente em fazer a captação e a análise de dados de forma massiva, usando diferentes fontes de informação para conhecer com profundidade seu público. Com isso, o negócio consegue tomar decisões estratégicas com muito mais agilidade e precisão. Especialmente para pequenos e médios empreendedores, a tendência é que o uso de Big Data deixe de ser um grande desafio. Isso porque está havendo um barateamento dos custos desse sistema e porque crescerá a terceirização desse serviço. Empresas focadas em *outsourcing* serão uma opção bem mais barata para pequenos e médios empresários que, com isso, não precisarão aumentar sua equipe interna de TI ou realizar grandes investimentos em infraestrutura.



4) Integração entre loja física e virtual

Em 2018, a união de loja física e virtual também poderá ser uma opção para pequenos e médios empresários, desde que entendam que as duas frentes precisam ser sincronizadas. Para garantir uma integração mais fluida entre o mundo físico e o virtual, é preciso padronizar processos internos, a fim de garantir que todas as equipes sigam diretrizes e políticas similares. Uma tendência eficaz nesse quesito é o uso de softwares de gestão empresarial, conhecidos pela sigla em inglês ERP, de Enterprise Resource Planning. Esse sistema consegue usar dados vindos de diferentes áreas do negócio para emitir relatórios de controles automáticos.



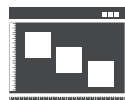
5) Personalização de atendimento e conteúdo

Ações distintas e de acordo com o perfil dos clientes serão cada vez mais viáveis e fáceis de serem trabalhadas. Tendo acesso a dados relevantes e adotando boas ferramentas tecnológicas, as lojas poderão direcionar ações de marketing para fidelizar grupos diferentes de consumidores. É importante lembrar que a personalização do atendimento não se limita aos processos de marketing e vendas. Essas informações podem ser usadas para melhorar o pós-venda, fazendo com que os responsáveis pelo atendimento tenham mais base para entender os problemas e as demandas dos compradores, propondo soluções mais eficientes.



6) Automatização dos processos da loja

Em linhas gerais, as ferramentas tecnológicas serão ainda mais usadas nesse ano para realizar tarefas repetitivas, morosas e burocráticas demais ou especialmente sensíveis ao erro humano. Sistemas de controle e gestão darão mais ganho de tempo e vão impactar na redução de custos das lojas. A automatização também vai facilitar os processos fiscais e financeiros do ponto de venda, e também cada vez mais serão uma importante ferramenta para o controle empresarial. ●





FERNANDA CASTRO
— JOIAS —



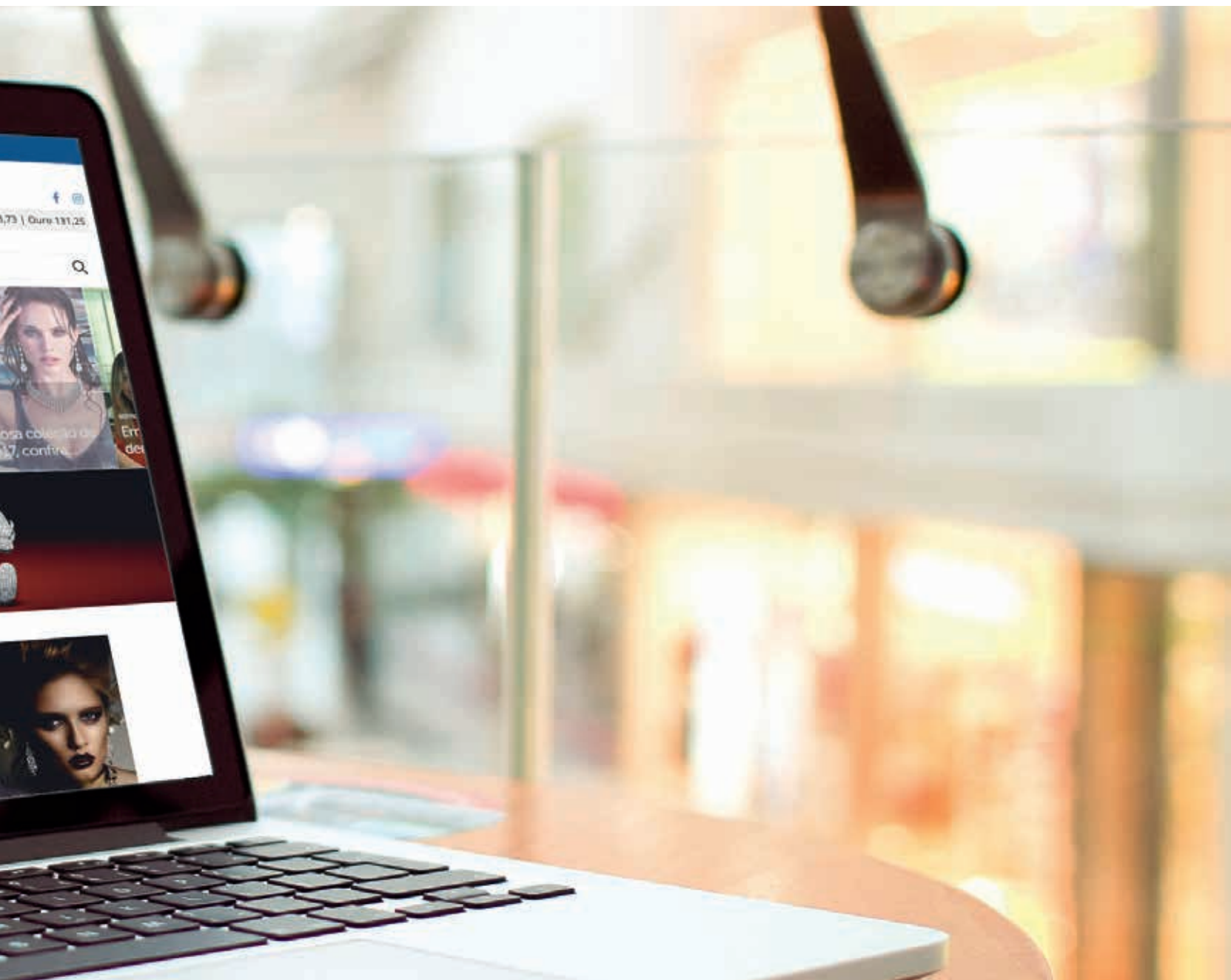
Tudo o que você precisa para ficar atualizado no mundo da joia está aqui!

“Uma super oportunidade de acompanhar a FENINJER no computador e no celular 365 dias por ano, 7 dias da semana, 24 horas por dia. Tudo para você ficar bem informado!”

Novo Portal FENINJER

Desde agosto do ano passado o setor joalheiro colocou, definitivamente, o pé no mundo digital com o lançamento do seu novo Portal. A proposta do novo ambiente virtual da FENINJER é informar e também trazer os principais lançamentos do setor.

Quando entrou no ar, inovou com um visual moderno, pronto para todas as plataformas, e com muito conteúdo diário. Informações completas sobre a maior feira do setor joalheiro, e tudo que pode ajudar você e sua empresa a crescer.



Hoje você já pode conferir tudo sobre palestras, hotéis, aéreos e lista de expositores, além de um canal aberto de comunicação através do próprio site e as redes sociais.

Mas a tecnologia é dinâmica e o mundo virtual bastante veloz e não nos permite ficar parados, por isso, estamos trabalhando para trazer inúmeras novidades: mapa virtual, treinamento e qualificação de profissionais que atuam no setor, pré-lançamentos de produtos, aplicativo, e o principal deles, a Feira Virtual.

O aplicativo trará todas as informações sobre a feira. Você poderá se programar para receber avisos, atualizações do site, e principalmente, as novas coleções.

O Portal da FENINJER, que já têm uma quantidade sólida de acessos mensais, justifica essa posição crescente, com conteúdos inovadores e uma postura firme de buscar sempre o melhor conteúdo para o usuário.

Segundo Evandro Prieto, da Prieto&Associados, agência responsável pela plataforma, em termos de mídia, não existe no segmento joalheiro nacional nada que ofereça tamanha visibilidade, interação e que tenha impacto direto entre os profissionais que atuam no varejo. “Para quem atua no varejo de joias, sem dúvida essa ferramenta representa um valioso canal de informação 365 dias por ano, 24h por dia. Estar bem informado é imprescindível para o sucesso do negócio, vale a pena acompanhar de perto tudo no canal da FENINJER”, explica o executivo.



Por dentro do novo Portal

No portal você encontra notícias divididas por áreas de interesse de acordo com as seguintes editorias:

F. MAGAZINE

Veja todas edições impressas onde e como desejar. E todo mês uma nova edição digital com os lançamentos dos expositores da Feira Virtual.

EM ALTA

Nesse canal você confere editoriais de joias com coleções dos principais expositores da FENINJER e se atualiza em relação às tendências que estão inspirando a produção nacional. Perfeito para conhecer.

DE OLHO

Quer saber as novidades das marcas joalheiras no Brasil e no exterior? É só acessar essa editoria. Lançamento de linhas, novos serviços, campanhas que o varejo promove e muito mais para você ficar por dentro de tudo o que acontece no setor.

TENDÊNCIAS

Nessa editoria você encontra informações relevantes sobre as tendências que virão e as que estão bombando na área de joias, moda, cores, materiais, design, comportamento do consumidor, tecnologia e muito mais. Imprescindível para quem deseja acompanhar as mudanças já de olho na atualização do estoque.

GESTÃO

Esse é o canal voltado para quem busca conteúdo relacionado à gestão da loja e de cunho educacional para os profissionais do setor, em especial, o empresário varejista e sua equipe de vendas.

- Atendimento & Vendas
- Compras & Estoque
- Comunicação & Marketing
- Leis, Normas & Tributos
- Metais & Gemas (produto e suas curiosidades)
- Pessoas & Carreira
- Segurança

É BRILHANTE

Aqui você encontra cases de sucesso do setor e entrevistas com influenciadores da joalheria. Imperdível para quem busca inspiração e novos insights!

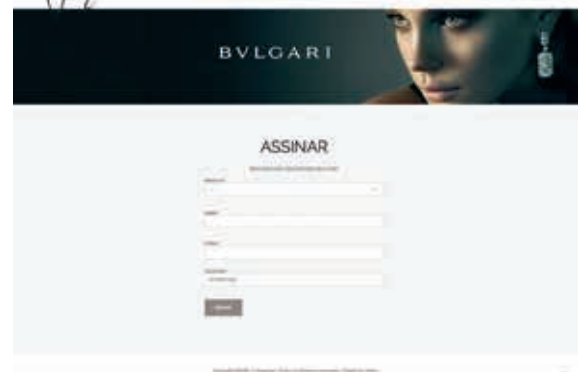


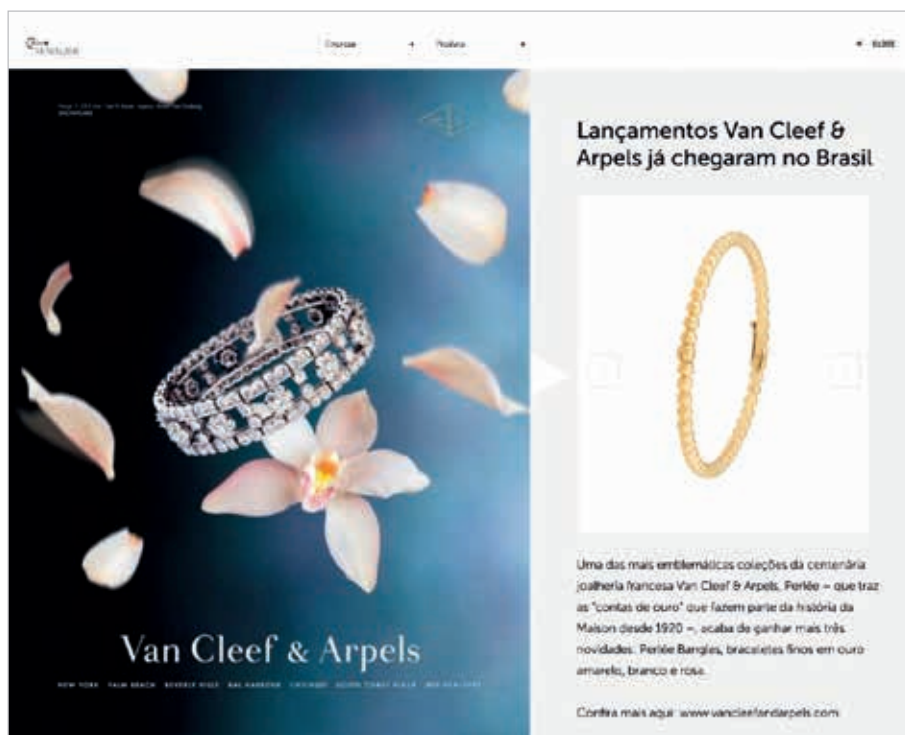


FEIRA VIRTUAL

Ambiente com acesso restrito. Aqui através do seu login e senha, você poderá acompanhar todos os expositores virtuais e suas coleções. Poderá selecionar os produtos de seu interesse e fazer seu pedido ou tirar dúvidas. Ressaltamos que nessa etapa não haverá e-commerce.

“Uma vitrine virtual disponível no computador e no celular 365 dias por ano, 7 dias da semana, 24 horas por dia. Faça parte dessa revolução digital!”

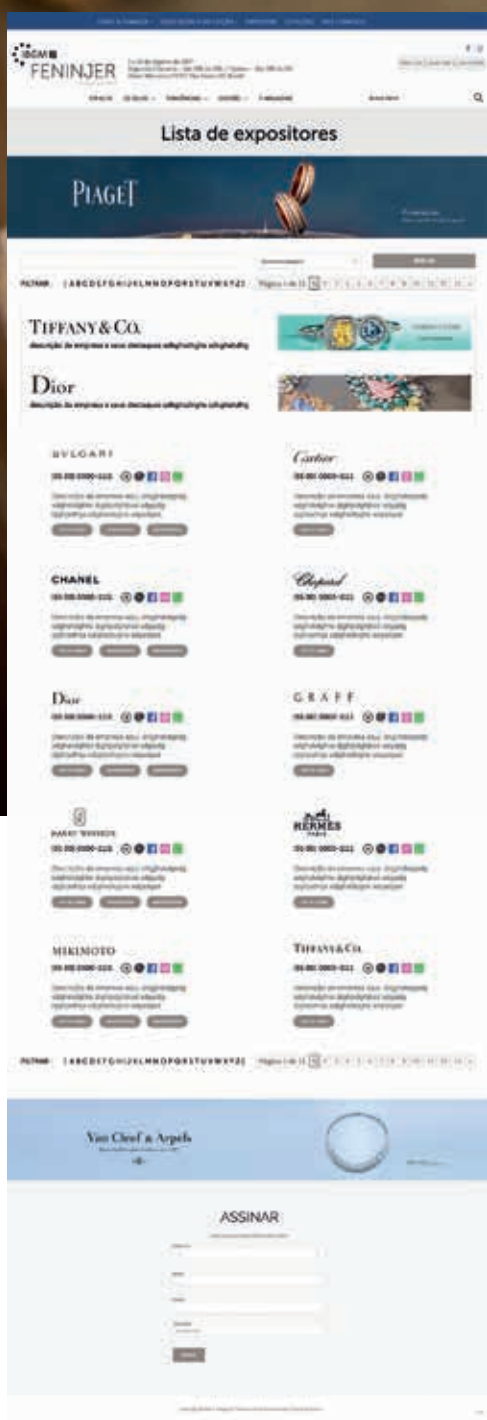




“Para quem atua no varejo de joias, sem dúvida essa ferramenta é a maneira mais fácil e econômica de renovar seu estoque”

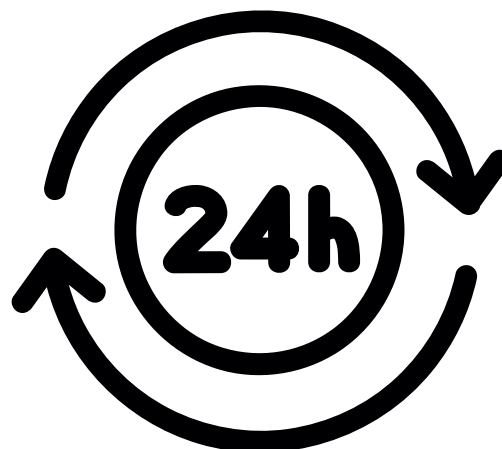
www.feninjer.com.br





LISTA DE EXPOSITORES

Clicou achou! Simples assim, navegue através da lista ou pelo mapa digital, como se estivesse andando pelos corredores da feira. Aqui você pode mandar mensagem para os expositores e conferir seus pré-lançamentos.





multi plataforma, omnichannel

Não perca a chance de estar atualizado sobre tudo o que interessa ao seu negócio. Para participar dessa verdadeira revolução digital do setor joalheiro e receber as newsletters semanais do portal, acesse www.feninjer.com.br e faça seu cadastro. 📧



feninjer.com.br
todo dia uma nova feira



Different



Coleção

Décadas de Ouro

Linha OP POP - Anos 60

Como os anos 60, a Linha
OP POP é jovem,
descontraída e divertida!



www.joiascondor.com.br
54 3443 7700 | condor@jcondor.com.br
f joiascondorbrasil | ig joiascondor
66ª Feninjer | Stand 36


JOIAS
CONDOR[®]
DESDE 1985



Ícaro

J O I A S

Gold Jewelry, since 2000

 icarojoias |  icarojoias | 66ª Feninjer | Stand 36
www.icarojoias.com.br | 54 3443 2221 | icaro@icarojoias.com.br



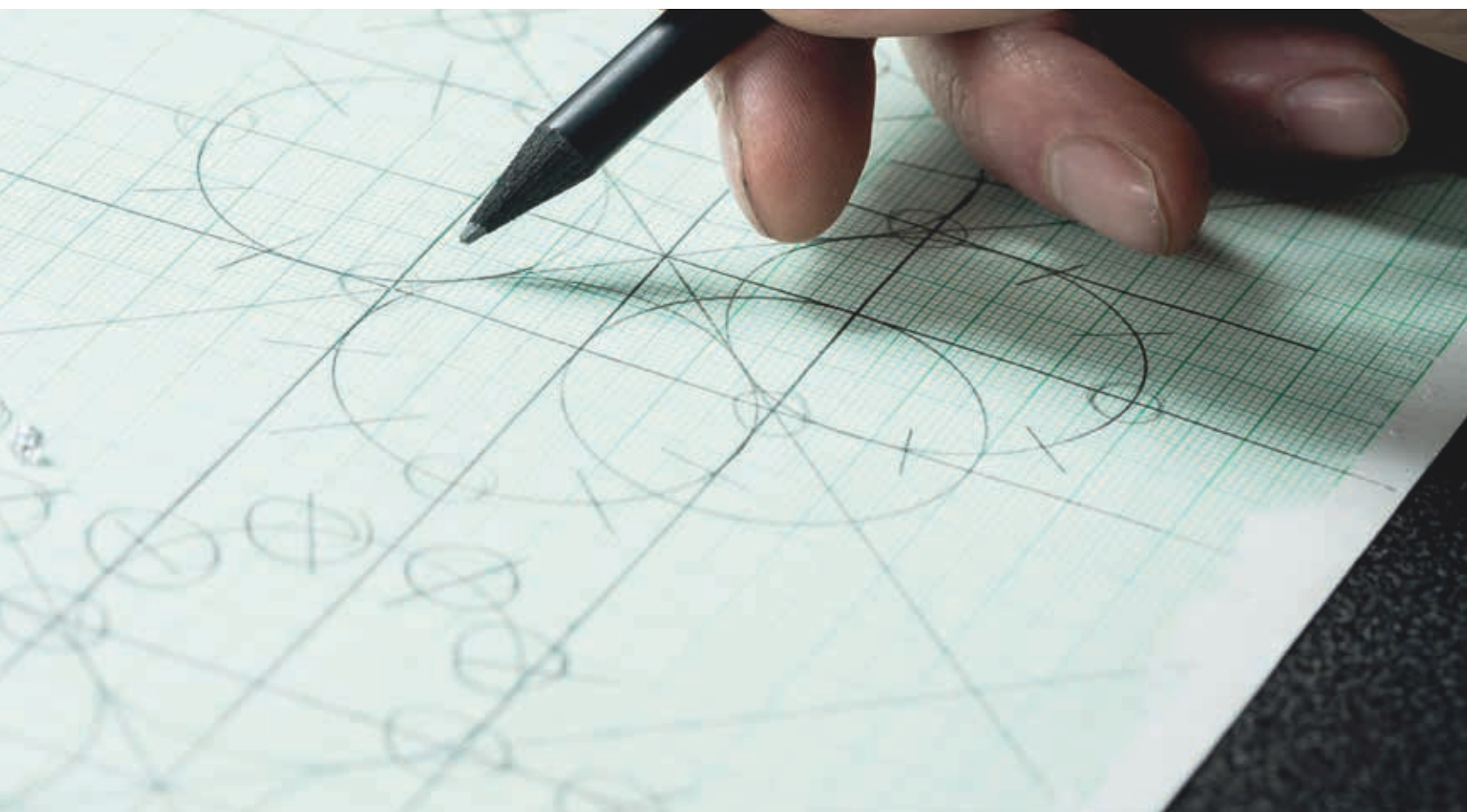
Confira a opinião de três especialistas sobre o que vai influenciar a joalheria em 2018

“As peças vintage vão continuar fazendo sucesso, mas virão com atualizações mais charmosas e interessantes”

Menos tendências e mais estilo

À medida que as estações transitam pelo ano, chegam das passarelas de Nova Iorque, Paris, Londres e Milão as inspirações para os designers de joias criarem as coleções que veremos nas vitrines nas próximas temporadas. Mas mesmo com tanta informação, nos últimos tempos a joalheria tem concentrado seus quilates nas peças clássicas. Em 2018 isso não será muito diferente. As peças vintage vão continuar fazendo sucesso, mas virão com atualizações mais charmosas e interessantes.

Segundo Cris Gurgel, mestre em moda pela Universidade Senac, com especialização em Design de Moda e Visual Merchandising pelo Instituto Europeo di Design de Milão (Itália), para esse ano podemos esperar uma valorização do neoclássico. “Embora a joia seja uma peça eterna e atemporal o consumidor tem sede de novidade. Para satisfazer esse desejo, as coleções estão trazendo influências greco-romanas e da art nouveau e art déco, dando ênfase à geometria e as formas orgânicas”, revela.



“As joias não são posse: são atributos do gosto e das histórias pessoais. Elas são um registro das experiências das suas vidas”

De acordo com a especialista, as pedras clássicas como água-marinha, pérola, rubi, esmeralda, topázio e diamante, tanto no ouro branco como no amarelo, passarão por uma releitura nesse ano. “Mesmo nas linhas autorais essa influência chegará com um olhar mais fresco, jovem, atual e comercial. O que é até melhor, pois o consumidor poderá usar estas joias também no dia a dia”, explica.

Já para Regina Machado, formada em arquitetura e com especialização em História da Cultura, a joia, em 2018, estará ainda mais voltada a ser um registro das nossas experiências pessoais. A consultora tem se dedicado à história dos estilos na joalheria e explica que o valor das joias contará cada vez mais com a capacidade da criação dos designers para “singularizar” as peças. “Os colos das mulheres não são um cofre, como destacou Chanel já no século passado. As joias não são posse: são atributos do gosto e das histórias pessoais. Elas são um registro das experiências das suas vidas”, destaca.

Regina lembra que a questão chave que movimenta os desejos dos indivíduos contemporâneos é sem dúvida a identidade. “Todo o investimento na cultura do consumo deve perceber as grandes oportunidades dos objetos de construção do sentido de nossas subjetividades”. E sua experiência mostra que para o consumidor atual, “as joias contam histórias pessoais, são dispositivos de nossa memória afetiva”. Então, o design tem justamente o caráter de singularizar os produtos. “Estamos cada vez mais distantes das joias como posse de capital material, como objeto de status, e cada vez mais como objetos de significado e referência dos estilos pessoais”, enfatiza a consultora.

Como os consumidores desejam cada vez mais objetos que expressem no design o seu estilo de vida, sua identidade única, Regina avalia que a mera ostentação dos valores dos materiais precisos é, hoje, “coisa totalmente old fashion”.



“Em qualquer área da indústria criativa, o designer deve olhar o que está acontecendo no mercado internacional e adaptar para o Brasil, pois vivemos uma crise que se reflete nas criações”

Olhar o cenário e enxergar novas perspectivas

Para a fundadora e CEO da Tendere Pesquisa de Tendências e Soluções Criativas, Patrícia Sant’Anna, quando pensamos em tendência para 2018 é preciso olhar para lugares que, por algum motivo, estão em evidência no cenário mundial, como África e Japão. “Nessa não vamos olhar muito para a natureza e nos inspirarmos nela. No caso do Brasil, pelo clima quente e praiano, na joalheria veremos coleções que trazem peças inspiradas no nosso clima tropical”, aposta.

Além disso, Patrícia afirma que é importante não se preocupar tanto com as tendências em si, mas também olhar o contexto geral do mundo. “Em qualquer área da indústria criativa, o designer deve olhar o que está acontecendo no mercado internacional e adaptar para o Brasil, pois vivemos uma crise que se reflete nas criações”, destaca.

Por essa razão, ostentar nesse momento não é adequado. Para Patrícia agora é hora de considerar esse cenário onde as pessoas debatem questões de ética e riqueza, de como se comportam os ricos ou quem tem condições de comprar joias para adotar as melhores estratégias tanto de como vender como de se comunicar. “O produto sozinho não se vende, então é preciso estabelecer uma relação mais orgânica e unir o marketing, a criação e o próprio cenário joalheiro do nosso país”.



Para ficar de olho!

Confira 6 hits que todo joalheiro deve ficar ligado em 2018

1) Flores

Maxi ou minis, as flores são uma das maiores apostas para a joalheria nesse ano. Elas estão saindo das estampas e dos bordados das roupas e chegando para brilhar com força nas joias. Para conquistar a atenção do consumidor, aposte em buquês de flores cravejadas de pedras com combinações inusitadas.

2) Pérolas

Se no ano passado as pérolas deram a impressão de que estavam perdendo o reinado, em 2018 elas voltam com tudo para mostrar que são mesmo as rainhas da elegância. A feminilidade está de volta e tem nas pérolas o seu maior representante. Prepare-se para ver desde fios clássicos e peças tradicionais, até combinações mais ousadas, mas sempre muito femininas.

3) Animais

Embalados pelo clima do Art Nouveau, os bichos cresceram em tamanho e estarão presentes tanto nas joias mais fofas e delicadas como naquelas com design mais exótico. Lagartos, insetos, cobras e diferentes tipos de animais marcarão a joalheria feita apenas com ouro, que pode ser branco ou amarelo. Nas peças mais luxuosas esses bichinhos ganham a companhia das pedras preciosas com várias cores diferentes, além dos diamantes e pérolas.

4) Era Disco

As joias exuberantes, com medalhões cheios de personalidade, argolas enormes e anéis que mais se parecem com esculturas, voltam com força à joalheria nessa temporada. Embalada pela tendência da Era Disco, bem ao clima de discoteca, as joias ganham volume e uma atitude bem mais alegre, divertida e moderna.

5) Minimalismo

O minimalismo continuará sendo o porto seguro das pessoas que gostam de uma joia mais casual, mas com uma pegada mais fashion. A tendência deixa um pouco de lado a máxima “menos é mais” e vai caminhar na direção da ostentação, com mixes ainda mais ricos. A mistura de várias peças diferentes em um mesmo look manterá a força, especialmente com anezinhos, colares de vários tamanhos e pulseiras variadas, grossas e finas.

6) Unissex

Joia para homem ou para mulher? Essa pergunta estará fora de questão em 2018. Pelo menos nas coleções projetadas para um consumidor cuja personalidade que está acima da distinção de gênero e sexo. Para esse público, a joalheria traz pingentes, colares, pulseiras e anéis com visual mais robusto e de linhas retas, que podem ser usadas tanto por homens como por mulheres. De modo geral, essa tendência virá com mais força em peças de ouro branco, prata e ródio negro, que podem ou não vir acompanhada de couro, aço e cerâmica. ●



Ao longo da história, adornos simbolizam status de elegância, beleza e sofisticação

“Uma espécie de decoração corporal parece que sempre se fez presente ao longo da nossa história, sugerindo que o corpo não se bastava”

Os sentidos da joia

Clotilde Perez

Desde a idade da pedra há indícios materiais do uso humano de adornos no corpo com os sentidos mais variados. De amuletos que protegiam a vida, a oferendas aos deuses, mediadores mágicos no post mortem, principalmente no Egito, a signos de status elevado, elegância, beleza e sofisticação. Uma espécie de decoração corporal parece que sempre se fez presente ao longo da nossa história, sugerindo que o corpo não se bastava. No início feitas de dentes e ossos, depois com a incorporação de mármore e vidros, pouco a pouco as joias passaram a ser confeccionadas com metais que garantiam brilho e durabilidade, com

imenso destaque para o ouro, que por suas qualidades estéticas e escassez, logo relacionou-se a nobreza e aos sentidos advindos do sol, energia vital e renovação. Foram incorporando gemas das mais variadas ao mesmo tempo que os processos produtivos iam se aperfeiçoando, garantindo novas camadas simbólicas relacionadas à raridade, preciosidade e exclusividade.

No passado, as inspirações vinham do ambiente natural, como vegetais, plantas e flores, animais e conchas, mas também dos deuses e das figuras mitológicas, para só depois os artesãos irem buscar suas referências na cultura material, nas artes em geral, no design e na arquitetura. E hoje as referências são as mais diversificadas possível, de poesia à publicidade, da pintura ao turismo, passando pelo cinema e pela gastronomia.

É certo que para além da materialidade preciosa que a joia enseja e da beleza sempre esperada, há uma imensa dimensão simbólica, portanto, arbitrária e cultural, que faz da joia uma das mais especiais criações humanas. Mas, quais seriam os sentidos e significações engendrados pelas joias na contemporaneidade? Mais do que reforçarem sua condição de perenidade e hereditariedade, a joia deve conectar-se ao *zeitgeist* que vivemos, incorporando os sentidos da experiência, da transitoriedade, do acesso, da moda com sua efemeridade constitutiva, da singularidade e da autoria, do compartilhamento. Se a joia alia raridade, com beleza e grande valor – esses últimos são os valores sociais que pautam nossa vida hoje. ●



“ Mais do que reforçarem sua condição de perenidade e hereditariedade, a joia deve conectar-se ao *zeitgeist* que vivemos, incorporando os sentidos da experiência, da transitoriedade, do acesso, da moda com sua efemeridade constitutiva, da singularidade e da autoria, do compartilhamento ”



Clotilde Perez é professora titular de publicidade e semiótica da ECA-USP. Fundadora da Casa Semio. Parceira da AjoRio. cloperez@terra.com.br

BRILHANTES

Grande variedade de
tamanhos e qualidades

PRONTA ENTREGA



Photostudio Criação e Arte

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

www.jenstone.com.br



ESMERALDAS

Grande variedade de
tamanhos e qualidades

PRONTA ENTREGA

Photostudio Criação e Arte



(11) 3111-6300 / 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





Planejar é importante, mas executar é fundamental! Confira dicas valiosas para por o plano da empresa em ação

Por que meu plano de marketing não decola?

Você coloca tempo, experiência, trabalho árduo, orçamento e paixão para construir uma campanha de marketing. Com ingredientes aparentemente perfeitos para o sucesso à sua disposição, por que essa empreitada não avança? Há erros que os empresários cometem nessa tentativa de fazer o plano de marketing decolar. A boa notícia é que “todos são contornáveis”, segundo o consultor de Marketing do Sebrae-SP, Fabiano Nagamatsu.

Muitos projetos são baseados em suposições. E quando a maior parte desse plano é feito sobre especulações, os resultados iniciais são questionáveis. “Se você fizer pesquisas proativas em sua empresa terá informações concisas que permitirão propor ações menos mirabolantes e mais assertivas”, avalia. Outra questão é planejar a longo prazo. Para Nagamatsu, o ideal é não olhar tão à frente. “É melhor definir metas e ações mais imediatas e curtas, que podem ser feitas nos próximos dias e semanas”, recomenda ele. Até porque, segundo ele, muitos dos objetivos mudam ao longo do caminho.

Com tantas ferramentas de Marketing surgindo, é fácil se distrair em meio à tecnologia e perder de vista o que é preciso considerar na execução do seu plano. Assim, muitos trazem ideias onerosas, que nem sempre servirão ao que se propõem. “Para não se perder é preciso trabalhar com algo consistente”, avalia Fabiano. “Se você tem ideia de quem é seu cliente e como ele se comporta, saberá o que precisa fazer para chegar a ele de forma mais simples e ágil”.

Qualquer plano precisará de acompanhamento e revisões. Assim, desistir diante da primeira dificuldade não é uma boa desculpa. Conforme o consultor, é preciso ser flexível e mudar o escopo de trabalho quando necessário, afinal, as respostas às atualizações e às mudanças do setor são fundamentais para garantir que o plano funcione. “Às vezes, é preciso rever suas estratégias”, adverte Nagamatsu. “Se você achar que está cometendo erros, concentre-se em um ou dois pontos a serem melhorados em seu planejamento, pois mesmo pequenos passos na direção certa podem levar a resultados desejáveis”.

“O público moderno espera conteúdo rápido e atualizado, e as táticas de marketing tradicionais podem dificultar essa chance de satisfazer as necessidades do seu público”

e marketing



Faça seu plano de negócios
www.clickmarketing.sebrae.com.br

E quanto ao tratamento dado aos seus clientes, atenção. Trate-os de forma individual para que, na execução de seu planejamento, tenha resultados satisfatórios e siga em frente. “Você pode até ter uma definição do que é o seu cliente ideal, mas o dilema é que eles nunca são os mesmos”, explica o consultor. Ao personalizar suas ações, garante ele, você constrói conexões emocionais e ganha a lealdade de seus clientes, além de ter mais chances de ver que seu planejamento está no caminho certo.

As barreiras tecnológicas também são outro adversário a ser vencido. Muitas vezes, esse plano não aponta qual a tecnologia o cliente usa. “Saber onde seu público está no mundo da tecnologia e como ele interage com ela é fundamental para entregar suas mensagens de marketing”, explica Nagamatsu. Os métodos de trabalhar com o marketing mudaram nos últimos anos e uma das dificuldades é que há empresas presas às formas tradicionais de marketing de planejamento. “O público moderno espera conteúdo rápido e atualizado, e as táticas de marketing tradicionais podem dificultar essa chance de satisfazer as necessidades do seu público.

Atualmente, diz o especialista, as estratégias de marketing mais eficazes incorporaram uma mistura de marketing tradicional e digital trabalhando em conjunto para oferecer uma identidade de marca consistente. “A combinação certa para sua marca dependerá em grande parte das necessidades e do seu público”, lembra ele. Mas tão importante quanto agir é acompanhar o que está acontecendo. Todo plano de marketing precisa de tempo e compromisso para que aconteça.

“Um dos erros mais comuns é o empresário abandonar o plano e desconhecer no que resultou uma ação feita - se faz uma panfletagem no farol, por exemplo, não sabe quantas pessoas chegaram à loja por meio desse panfleto. Fica algo vago e sem parâmetro”. E a tendência é que esse plano vá se perdendo. Há ferramentas na internet que possibilitam o acompanhamento diário do plano.

O próprio Sebrae disponibiliza ajuda a quem quer fazer e acompanhar erros e acertos de seu planejamento, por meio de consultorias gratuitas. Basta agendar uma consulta presencial ou por videoconferência, utilizar o número 0800 do Sebrae ou ainda, acessar a ferramenta on-line para construir o seu próprio plano. ●



Brasil: as grandes possibilidades de um país do futuro

Eliana Gola

Esse é o primeiro capítulo de uma série de artigos que vai mostrar como o Brasil é cheio de possibilidades

Para iniciar uma série de artigos sobre história da joia, escolhi contar, sob meu ponto de vista, algumas das grandes possibilidades vividas pelo Brasil. Esta é a primeira delas.

Em meados dos anos 1980, em Israel, conheci o Centro de Excelência em Lapidação de Diamantes. Fantástico, moderno, eficiente e preciso. Estava no início da carreira e me perguntei como era possível tal desenvolvimento tecnológico, trabalho tão perfeito? Não conhecia muito da história e segredos por trás desse fabuloso progresso, e o assunto me intrigou.



Descobri que, durante a guerra, na demanda por minerais estratégicos cristal de rocha, mica, tantalita, colômbita e tungstênio o Brasil se fez presente. Eles eram utilizados sobretudo pela nascente indústria eletrônica, que investia em extensa pesquisa mineral para identificar importantes jazidas.

A província pegmatítica de Minas Gerais atraiu imigrantes alemães e libaneses que se dedicaram ao comércio na região de Teófilo Otoni e, paulatinamente, iniciaram a exportação de pedras coradas turmalinas, águas-marinhas, entre outras. Nos anos da Segunda Grande Guerra, a indústria joalheira

mundial utilizava principalmente o diamante, a esmeralda, a safira e o rubi, cuja comercialização, com exceção do diamante, era tradicionalmente comandada pela Índia. Progressivamente, as gemas brasileiras, pela diversidade de cor e beleza, começaram a ser utilizadas no mercado nacional e internacional. No Brasil não existia mão de obra especializada em lapidação, apenas algumas oficinas com poucos recursos.

As pedras eram exportadas em estado bruto e, por sua beleza, rapidamente se tornaram conhecidas dos lapidários europeus.

Estes lapidários especializados, para escaparem dos horrores da guerra que se iniciava, migraram para o Brasil, acreditando no potencial que representava a exploração comercial daquelas pedras e a sua manufatura.

Depressa, organizaram-se polos de lapidação, em Petrópolis e em Mar de Espanha (Minas Gerais), que chegaram a ter mais de 5 mil lapidários, impulsionando vigorosamente a indústria joalheira nacional.

O país tinha todas as possibilidades para tal desenvolvimento: não participava ativamente da guerra, era grande produtor dos insumos fundamentais da joalheria – ouro, diamantes e pedras coradas. Só necessitava do know-how.

Na época, o governo de Getúlio Vargas e seu ministro das Relações Exteriores, o Sr. Oswaldo Aranha, cegos para a prospecção desse setor, tão dependente dos estrangeiros,

negaram sistematicamente vistos aos refugiados, muitos deles apátridas, perseguidos na Europa.

Em relação aos lapidários, especificamente, esses enfrentavam todo tipo de barreiras, fazendo com que muitos saíssem do Brasil. Alguns foram para os EUA, onde o mercado era muito promissor para sua mão de obra, e as barreiras burocráticas e tributárias infinitamente menores que no Brasil.




A falta de visão do governo em apoiar este polo estimulando a permanência dos profissionais no Brasil, somada à recessão do mercado joalheiro no pós-guerra, fez a maioria daqueles refugiados, muitos de origem judaica, mudar-se para o recém-criado Estado de Israel. Lá ajudaram a construir uma das maiores indústrias de lapidação de pedras preciosas do mundo, grande parte delas importadas em estado bruto do Brasil por esses “ex-imigrantes”, que dominavam o português e mantinham contatos nas regiões produtoras.

“*fez a maioria daqueles refugiados, muitos de origem judaica, mudar-se para o recém-criado Estado de Israel. Lá ajudaram a construir uma das maiores indústrias de lapidação de pedras preciosas do mundo, grande parte delas importadas em estado bruto do Brasil por esses ‘ex-imigrantes’*”



GRUPO 
Di ROMA

ROSSO
UOMO

  ROSSOUOMO
 17 98805 8295

17 4009 3500
WWW.ROSSODESIGN.COM.BR

“Em 1963, no entanto, a descoberta de esmeraldas de ótima qualidade, além de tantas outras gemas, possibilitou ao Brasil consolidar-se como um dos mais importantes produtores mundiais de pedras brutas”



Resultado: este grande Centro de Lapidação poderia ter sido brasileiro e um dos pilares econômicos do nosso país.

No Brasil, devido a alguns poucos empresários que decidiram permanecer no país, as nascentes indústrias de lapidação e de joalheria não se extinguiram totalmente. Em 1948, restavam apenas seis oficinas de lapidação de pedras coradas.

Superada a recessão do pós-guerra, o mercado joalheiro mundial entrou em franca recuperação a partir da década seguinte.

Pode-se afirmar que a falta de visão estratégica do governo brasileiro privou o país do desenvolvimento técnico e econômico que adviria da criação de um polo brasileiro de lapidação.

Mesmo assim, durante o longo ciclo de prosperidade das décadas de 1950 e 1960, houve uma razoável expansão na área. Entretanto as exportações brasileiras de gemas e joias seguiram medíocres.

Em 1963, no entanto, a descoberta de esmeraldas de ótima qualidade, além de tantas outras gemas, possibilitou ao Brasil consolidar-se como um dos mais importantes produtores mundiais de pedras brutas. Mas o país segue sua sina de exportador de matéria-prima. ●



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

NÃO É PARA QUEM QUER

É SÓ PARA
**QUEM
PODE**



AMAGOLD

Procure por stands com o Selo Amagold ao comprar joias na Feninjer.

Qualidade, segurança, transparência e confiança - valores que são representados por uma só marca. Somente empresas que foram aprovadas em constantes auditorias possuem o direito de estampá-la - e, consequentemente, assegurar a você o melhor negócio.

Selo Amagold - a sua maior garantia.

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

Joia no mundo!

Destaques para você ficar atualizado sobre o mundo joalheiro



Cartier x Myanmar

Cartier diz não às gemas de Myanmar

A Cartier anunciou que deixará de comercializar as pedras preciosas de Myanmar (antiga Birmânia). A decisão segue à pressão dos consumidores para que a casa pare de usar as “gemas do genocídio” após a Campanha Internacional lançada pelo International Rescue Committee (IRC). A entidade convidou seus 70 mil adeptos, em todo o mundo, a pressionar a marca por meio de mensagens de texto e e-mails, para que a grife passe a usar somente pedras preciosas que respeitem os direitos humanos. Em 2003, a Tiffany

tomou a mesma decisão e optou pelo boicote de gemas extraídas no país.

A indústria da gema de Myanmar já esteve sujeita a sanções pela União Europeia e pelos Estados Unidos, mas no final elas foram suspensas, respectivamente, em 2013 e 2016. Agora, segundo a ONU, a região passa por uma limpeza étnica. Segundo o órgão, em Myanmar, o direito à cidadania não é reconhecido e o que está sendo implementada contra eles é uma verdadeira “limpeza étnica”.



Inteligência Artificial chega aos diamantes

A alta tecnologia chegou ao mercado de joalheria e deve revolucionar outra parte da indústria mundial. A STPL, uma empresa indiana baseada em Surat, afirma ter desenvolvido o primeiro robô que tem como finalidade cortar diamantes. O equipamento, chamado de Robomatic, é exclusivamente alimentado por inteligência artificial (AI).

A nova máquina cuida do ajuste de posicionamento do diamante para corte - um trabalho que ainda é feito de forma manual, apesar do grande grau de automação na indústria. Sem nenhum toque ou intervenção humana, o robô escolhe e coloca um diamante bruto com a máxima precisão, usa as instruções de processamento e, uma vez concluído o processo, eleva a gema automaticamente da plataforma e coloca-a em seu novo lugar. Hoje, alguém tem de carregar os diamantes brutos na máquina.



Buccellati chega à China

As grandes empresas do setor joalheiro estão de olho no mercado asiático. Agora foi a vez da marca italiana Buccellati que acaba de chegar à China, com a abertura de sua primeira boutique na Plaza 66, em Xangai. Para celebrar a data em grande estilo houve uma cerimônia, seguida de um jantar de gala na presença da atriz internacional e embaixadora da marca, Zhang Ziyi, e do blogueiro chinês, Gogoboi.

A nova loja foi decorada em elementos de design modernos combinados, painéis dourados e espelhos de vidro mercúrio. Convidados participaram de um jantar de gala no Centro de Exposições de Xangai. No local, os padrões de caleidoscópio de arte veneziana foram projetados no teto, homenageando as ricas tradições da marca de luxo e patrimônio renascentista. 📍

FUNDIMOS VALORES, PURIFICAMOS QUALIDADE E DEVOLVEMOS CONFIANÇA.

A Purimetal nasceu há 18 anos já com a tradição do profissionalismo garantida por fundadores atuantes no ramo joalheiro desde 1977. Prezamos pela qualidade dos nossos serviços que está presente em cada um dos procedimentos: do atendimento ao cliente até o produto final. Além disso, nosso completo laboratório possibilita a operação altamente qualificada das análises de teor e de resíduos, assegurando o exigente grau de precisão e confiabilidade dos resultados.

**Nós, da Purimetal, valorizamos mais que o metal,
valorizamos confiança, agilidade e resultado.**

Purimetal
RECUPERADORA DE METAIS



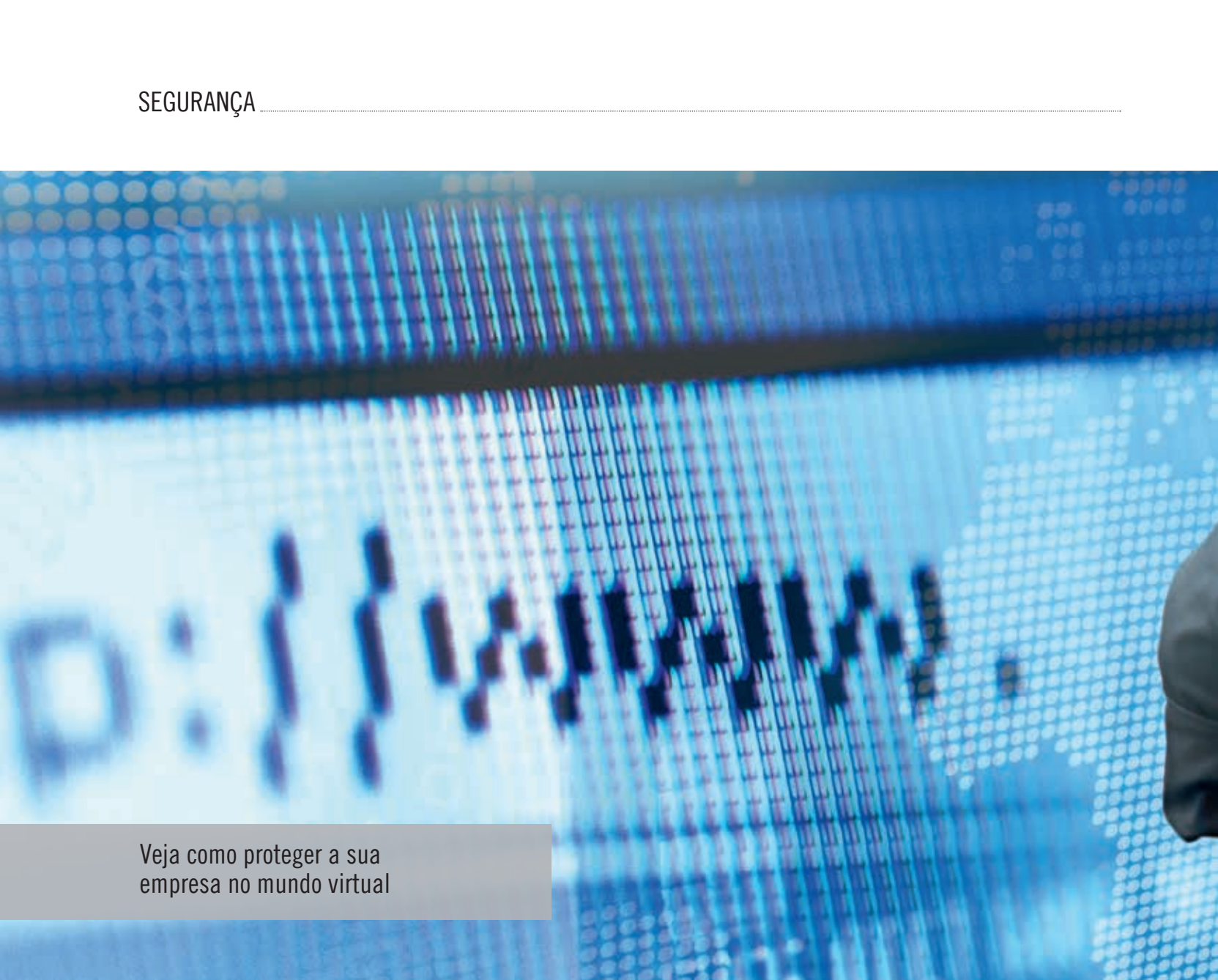


Maior
índice de satisfação
de clientes

Moderno
laboratório
de análises

17 3238 1359
contato@purimetal.com.br
purimetal.com.br





Veja como proteger a sua empresa no mundo virtual

Será mesmo que sua empresa está segura no mundo digital?

Daniel Lemos

O cibercrime está tomando proporções sem precedentes no mundo e tem causado prejuízos milionários às empresas. Como disse Robert Mueller, ex-diretor do FBI, “Existem dois tipos de empresas: as que já foram hackeadas e as que ainda não sabem que foram”. Em qual situação se encontra a sua empresa?

Companhias dos mais diversos portes e segmentos têm investido cada vez mais em Segurança da Informação — em média, cerca de 6 a 8% do orçamento de TI de uma empresa.

Porém, nem todo esse dinheiro é aplicado da maneira correta. A simples aquisição de um produto de segurança (hardware ou software) não será traduzida imediatamente na segurança esperada.

A proteção de fato só virá com a correta administração dos ativos presentes no ambiente. De nada adianta investir na aquisição do melhor software disponível no mercado, se a equipe que administra a solução não conhece e não utiliza corretamente as funções disponíveis. Além disso, como na saúde, a prevenção ainda é o melhor remédio.



“ *De nada adianta investir na aquisição do melhor software disponível no mercado, se a equipe que administra a solução não conhece e não utiliza corretamente as funções disponíveis.* ”

O processo de segurança vai muito além, pois é necessário dedicação full time de profissionais capacitados, monitoramento contínuo, atualizações constantes e ações imediatas. E aqui temos um grande problema! A realidade das equipes de segurança hoje é que falta gente capacitada. Contratar e treinar novos profissionais são processos caros e demorados. Pense no custo de ter uma equipe bem capacitada e treinada operando em regime 24×7. Para algumas empresas o custo chega a ser proibitivo ou não é uma prioridade na visão dos executivos.

Por isso, contratar empresas especializadas em Segurança da Informação tem sido o caminho escolhido cada vez mais por companhias, no Brasil e no exterior. O próprio Gartner aponta que até 2020 mais de 50% das operações de segurança ocorrerão de forma terceirizada, seja parcial ou completa.

Dentro desse cenário, os chamados Serviços Gerenciados de Segurança são uma excelente opção para que as empresas possam contornar os desafios impostos pela atual crise econômica atravessada pelo Brasil, ao mesmo tempo em que elevam o patamar da segurança e podem efetivamente se dedicar ao seu core business.



Há ainda outro ponto importante a ser lembrado: como a segurança da informação é abordada junto aos seus colaboradores? Eles são orientados em relação ao uso de seus dispositivos dentro e fora do ambiente de trabalho? Existem iniciativas preventivas, como treinamentos?

Com a democratização dos smartphones, ampliação do home office, e migração para a nuvem, são muitas as brechas abertas, tornando a gestão da segurança algo cada vez mais complexo. Um clique em um link malicioso, um email suspeito aberto é o que pode levar a paralisação do negócio por conta de malwares.

Por isso, todo cuidado é pouco. Quanto antes você e sua empresa se prepararem, mais chance terá de sobreviver a um ataque. 🔒

“ Os chamados Serviços Gerenciados de Segurança são uma excelente opção para que as empresas possam contornar os desafios impostos pela atual crise econômica atravessada pelo Brasil, ao mesmo tempo em que elevam o patamar da segurança ”

Daniel Lemos é engenheiro de computação formado pela UFF, com MBA em gestão pelo IBMEC e mais de 20 anos de experiência em TI, sendo 15 deles na área de Segurança da Informação. Em 2005 fundou a Real Protect, uma das principais empresas brasileiras especializadas em monitoramento e serviços gerenciados de segurança da informação e primeira empresa da América Latina a obter a certificação internacional MSP/CloudVerify da MSP Alliance, em 2013, e recertificação em 2016.



MATÉRIA-PRIMA DE QUALIDADE COM CREDIBILIDADE

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



Associado:



SÃO PAULO TUDO DE BOM

O MELHOR DE



Capital do trabalho também é centro de lazer, cultura e muita animação

Além da FENINJER, há muito o que fazer em São Paulo em fevereiro. Seleccionamos diversas atrações para você curtir e vivenciar o melhor da cidade. Confira!



Veja os destaques para programar a sua agenda e curtir o melhor de São Paulo

Restaurantes



Badaró

Shopping D&D - Av. das Nações Unidas, 12.555
Tel. (11) 3043-9232
www.restaurantebadaro.com.br



Serve um cardápio variado, em sistema à la carte, com pratos tradicionais de São Paulo. Virado à paulista, filé à cavalo e escalope grelhado com pastel, couve, arroz e feijão estão entre os mais pedidos. Outra boa sugestão é a picanha que leva o nome da casa, grelhada com alho e guarnecida de batata noisette, palmito, brócolis salteado e arroz. No almoço de quarta e sábado a casa oferece também bufê de feijoada, servido até às 15h30.

Le Jazz Brasserie

Rua dos Pinheiros, 254, Pinheiros
Tel. (11) 2359-8141
www.lejazz.com.br



O cardápio não decepciona e sempre traz pratos caprichados da gastronomia francesa. O forte da casa são as receitas tradicionais a preços juntos. Quem cuida do salão é o sócio Gil Carvalhosa Leite, enquanto o chef Chico Ferreira se ocupa da cozinha.

Paris 6

Rua Haddock Lobo, 1.159
Tel. (11) 3085-1595
www.paris6.com.br



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 terem nomes de grandes celebridades brasileiras.

O MELHOR DE



Bares

Skye

Nas noites quentes e claras não há nada mais agradável do que jantar, petiscar ou beber nesse espaço, localizado na cobertura do Hotel Unique, que tem uma das melhores vistas da cidade.



Avenida Brigadeiro Luís Antônio, 4.700
Tel. (11) 3055-4702
www.hotelunique.com

Eu Tu Eles Bar

Com atmosfera baseada em bares clássicos do Brasil e do mundo, o EU TU ELES retrata bem a mistura de refinamento e simplicidade. O primeiro diferencial visível está no bar central em estilo ilha.



Avenida Brigadeiro Faria Lima, 2.902
Tel. (11) 3071-4535
www.eutuelesbar.com.br

Empório Sagarana

O bar, que reúne uma moçada descolada, oferece uma carta de cachaças com 44 rótulos. Há ainda drinques preparados com o destilado e porções, como a de queijo da Serra da Canastra.



Rua Aspicuelta, 271, Vila Madalena
Tel. (11) 3031-0816
fb.com/emporiosagaranalapa



Balada

Tetto Rooftop

Localizada no rooftop do WZ Hotel, a casa é famosa por combinar um atendimento de primeira, além de bebidas caras e estrutura requintada. As festas costumam acontecer de quinta-feira. Já nas outras noites o público se diverte ao som de jazz e música ambiente.



Av. Rebouças, 955
Tel. (11) 3062-2851
www.tettolounge.com





Trabuca Bar

Av. Presidente Juscelino Kubistchek, 1.444
Tel. (11) 3044-7060
www.trabuca.com.br



O Trabuca Bar é o novo point da galera na região do Itaim. Descolado, com cardápio requintado e extensa carta de drinks e bebidas, a casa agita a noite com muitas festas e, durante a tarde, o local lota para o happy hour. Atrai público de todas as idades.

Shows 

Fuerza Bruta

Citibank Hall
Av. das Nações Unidas 17.955, Santo Amaro
www.ticketsforfun.com.br



Após passar por 34 países e 58 cidades e ser visto por quase 6 milhões de pessoas, Fuerza Bruta chega ao Brasil no dia 13 de janeiro de 2018 no Citibank Hall, em São Paulo. O show é apresentado em 360 graus e mistura música, dança, efeitos visuais e muitas acrobacias. O espetáculo festejado pelo público brasileiro, traz uma grande novidade para a turnê de 2018: dois números inéditos. A temporada vai até o dia 25 de fevereiro de 2018.

Nando Reis

Espaço das Américas
Rua Tagipuru, 795, Barra Funda
www.ticket360.com.br



Encerrando a turnê Jardim-Pomar, Nando Reis apresenta sucessos novos e do passado. Apesar de o título remeter a uma cena bucólica, as canções românticas aparecem com uma pegada mais roqueira. “Só Posso Dizer” e “Pra Onde Foi?” fazem parte da apresentação, além dos sucessos “Os Cegos do Castelo”, “All Star” e “Segundo Sol”. ●



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



SOMOS ASSOCIADOS:



NOSSAS 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 específico, os riscos de acidente são reais, também trazem um peso extra no montante, retardando assim, o retorno dos resultados dos metais ali contidos. A RBM se importa muito com esse assunto, por isso, faz questão de dar ao seus colaboradores, as condições de trabalho que 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!

A&B Metais
www.aebmetais.com.br
aebmetais@hotmail.com
Tel.: (55 81) 3081-0381
WhatsApp: (55 81) 9 9915-5237
@aebmetais

ALIANÇAS NINFA - pág. 76 e 77
www.aliancasninfacom.br
comercial@ninfacom.br
Tel.: (55 11) 3105-5012
WhatsApp: (55 11) 9 9218-5362

ALINE - pág. 98 e 99
www.joiasaline.com.br
vendas@joiasaline.com.br
Tel.: (55 17) 3215-2992
WhatsApp: (55 17) 9 9190-7007
Joias Aline
@joiasaline

ALVORADA JOALHEIROS - pág. 38 e 39
alvorada@alvoradajoalheiros.com.br
Tel.: (55 54) 3213-7223
WhatsApp: (55 54) 9 8121-7291
Alvorada Joalheiros
@alvorada_joalheiros

AMAGOLD - pág. 175
www.amagold.com.br
marcia@amagold.com.br
Tel.: (55 11) 3285-2925
Amagold Brasil

ART GOLD - pág. 23
www.artgoldjoias.com.br
comercial@artgoldjoias.com.br
Tel.: (55 31) 3498-6060
WhatsApp: (55 31) 9 9227-0606
@artgoldjoias

BACKER DESIGN - BRIGHT POINT - pág. 50 e 51
www.brightpoint.com.br
encomendas@atelier7g.com.br
Tel.: (55 13) 3223-1386
WhatsApp: (55 19) 9 9713-1386

BASEL PREZIOSE - pág. 02 a 05
www.basel.com.br
vendas@basel.com.br
Tel.: (55 11) 3241-0233
Basel Preziose
@baselpreziose

BENNE FATTO - pág. 24 e 25
www.benefatto.com.br
atendimento@benefatto.com.br
Tel.: (55 11) 3862-2889
Benne Fatto
@benefatto

BIWA COM. IMP. E EXP. LTDA. - pág. 100 a 108
www.biwa.com.br
vendas@biwa.com.br
Tel.: (55 11) 3062-3974
WhatsApp: (55 11) 9 9433-5541
Biwa
@biwashowroom

BRAZIL IMPEX - pág. 116 e 117
info@brazilimpex.net
Tel.: (55 31) 3657-4244
WhatsApp: (55 31) 9 9276-0169

BRÜNER - 4ª capa, pág. 13, 123
www.bruner.com.br
bruner@bruner.com.br
Tel.: (55 19) 3565-6100
WhatsApp: (55 19) 9 9810-8448
Brüner
@joias_bruner

CADENA JOIAS - pág. 68 a 71
www.cadenajoias.com.br
cadena@cadenajoias.com.br
Tel.: (55 51) 3212-3041
WhatsApp: (55 51) 9 9985-5909
Cadena Joias
@cadenajoias

COSTANTINI - pág. 01 e 113
www.costantini.com.br
costantini@costantini.com.br
Tel.: (55 17) 3334-8800
WhatsApp: (55 17) 9 8132-1800
Costantini Joalheria
@ind.costantini

DRW JOIAS LTDA. - pág. 36 e 37
www.drwjoias.com.br
drwjoias@drwjoias.com.br
Tel.: (55 17) 3225-9563
WhatsApp: (55 17) 9 8138-2832
DRW Joias
@drw_joias

DE L'AMOUR JOIAS LTDA. - pág. 45, 55
www.delamour.com.br
delamour@delamour.com.br
Tel.: (55 21) 2139-5858
WhatsApp: (55 21) 9 9389-7206
@delamourjoias

DENOIR - pág. 35
gustavo@trendd.com.br
Tel.: (55 11) 3888-4455

DERI IND. E COM. DE JOIAS LTDA. - pág. 26 e 27
www.derijoalheiros.com.br
deri@derijoalheiros.com.br
Tel.: (55 11) 3237-4000
WhatsApp: (55 11) 9 8530-0081
@derijoalheiros

DI ROMA BRASIL - pág. 18 e 19, 173
www.diromabrasil.com.br
contato@diromabrasil.com.br
Tel.: (55 17) 4009-3500
WhatsApp: (55 17) 9 8805-8295
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 9132-9682
Estojos Baldi
@estojos_baldi

FERNANDA CASTRO JOIAS - pág. 149
contato@fernandacastro.com
Tel.: (55 11) 3231-0038
WhatsApp: (55 11) 9 4703-2497
Fernanda Castro Joias
@fernandacastrojoias

FORUM ROMANO - pág. 15
www.forumromano.com.br
frsp@forumromano.com.br
Tel.: (55 18) 3885-4485
WhatsApp: (55 11) 9 5437-4638
@forumromano

GOLDBACKER - folder 4ª capa
www.goldbacker.com
goldbacker@goldbacker.com.br
Tel.: (55 11) 3285-6240
WhatsApp: (55 11) 9 5808-3040
Goldbacker Brasil
@goldbacker

GRUPO ILUMINI JOIAS - pág. 88 e 89, 145
www.iluminijoias.com.br
iluminijoias@iluminijoias.com.br
Tel.: (55 11) 3661-8871
WhatsApp: (55 11) 9 6155-5466
Grupo Ilumini
@ilumini_joias

GRUPO INOVA JOIAS - pág. 87
www.grupoinovajoiias.com.br
atendimento@grupoinovajoiias.com.br
Tel.: (55 11) 2219-0754
WhatsApp: (55 11) 9 9156-3706
f Grupo Inova Joias
@grupoinovajoiias

GRUPO MC JOIAS - pág. 90 a 93, 95
www.grupomc.com.br
mc@grupomc.com.br
Tel.: (55 47) 3329-7009
WhatsApp: (55 47) 9 9261-4969

GRUPO SOLID - pág. 60 e 61
www.gruposolid.com.br
comercialrp@gruposolid.com.br
Tel.: (55 17) 3216-9050

GUINDANI - pág. 46 e 47
www.guindani.com.br
guindani@guindani.com.br
Tel.: (55 51) 3227-5512

GURU - pág. 120 e 121
guru.sunil@hotmail.com
Tel.: (55 11) 3088-3198
WhatsApp: (55 11) 9 8979-4987

ÍCARO JOIAS - pág. 158 e 159
www.icarojoias.com.br
gislaine@icarajoias.com.br
Tel.: (55 54) 3443-2221
WhatsApp: (55 54) 9 9620-3658
f Ícaro Joias
@icarajoias

INPARR JOIAS - pág. 08 e 09, 78 a 83
www.inparr.com.br
inparr@inparr.com.br
Tel.: (55 17) 3214-5880
WhatsApp: (55 17) 9 7400-1162
f Inparr Joias
@inparrjoias

JEN STONE - folder duplo 4ª capa, pág. 166 e 167
www.jenstone.com.br
jenstone@uol.com.br
Tel.: (55 11) 3111-6300

LAURA HUEB - pág. 97
laurahueb@laurahueb.com.br
Tel.: (55 34) 3210-1013
WhatsApp: (55 34) 9 9211-1300
@laurahuebjoias

LLOYD CONTINENTAL - pág. 58 e 59
CORRETORA DE SEGUROS LTDA.
www.lloydcontinental.com.br
seguros@lloydcontinental.com.br
WhatsApp: (55 17) 9 9144-9403
f Lloyd Continental

MANOEL BERNARDES - pág. 11
www.manoelbernardes.com.br
atacado@mbernardes.com.br
Tel.: (55 31) 4501-3690
WhatsApp: (55 31) 9 9222-9761
f Manoel Bernardes
@mbernardes_atacado

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

MASTER - pág. 43
www.masterjoias.com.br
contato@masterjoias.com.br
Tel.: (55 17) 3231-6120

NF JOIAS - pág. 62 e 63
www.nfjoias.com.br
contato@nfjoias.com.br
Tel.: (55 11) 3291-3388
WhatsApp: (55 11) 9 6481-9699
f NF Joias
@nfjoias

NATURE ONIS COM.
LTDA. - EPP - pág. 114 e 115
www.natureonis.com.br
natureonis2012@hotmail.com
Tel.: (55 11) 3032-3716
WhatsApp: (55 11) 9 8598-2108
f Nature Onis
@natureonis

NOVARA - pág. 21
www.novara.com.br
novara@novara.com.br
Tel.: (55 31) 3421-7171
WhatsApp: (55 31) 9 9685-7171

PAIXÃO JOIAS - pág. 109
www.paixaojoias.com.br
paixaojoias@paixaojoias.com.br
Tel.: (55 31) 3689-0092
WhatsApp: (55 31) 9 9719-9842
f Paixão Joias
@paixaojoias_oficial

PURIMETAL - pág. 178 e 179
www.purimetal.com.br
contato@purimetal.com.br
Tel.: (55 17) 3238-1359

RBM - RECUPERADORA - pág. 188 e 189
BRASILEIRA DE METAIS
www.rbm.net.br
comercial@rbm.net.br
Tel.: (55 11) 2450-0010
WhatsApp: (55 11) 9 7612-4798

REAL GOLD
www.realgold.com.br
contato@realgold.com.br
Tel.: (55 19) 3495-3125
WhatsApp: (55 19) 9 7408-6142
@realgoldjoias

RESERVA METAIS - pág. 183
www.reservametais.com.br
cliente@reservametais.com.br
Tel.: (55 11) 3299-2230

SALMON - pág. 06 e 07
salmondesign.br@gmail.com
Tel.: (55 21) 2548-8000

SENHA METAIS - CAPA, pág. 16 e 17, 49
www.senhametais.com.br
info@senhametais.com.br
Tel.: (55 17) 3222-3562
WhatsApp: (55 17) 9 9646-5733
f Senha Metais
@senhametais

SEVEN METAIS - 2ª capa, pág. 57, 157
www.sevenmetais.com.br
presidencia@sevenmetais.com.br
Tel.: (55 17) 3214-7710
WhatsApp: (55 17) 9 9145-2657
f Seven Joias e Alianças

Juliana Bastos Viana Abreu

Sócia da Noêmia Joias, do Rio de Janeiro - RJ

Para nós que atuamos no varejo, a Feninjer é sempre um ponto alto no nosso negócio, e por isso merece toda a nossa atenção. A cada edição, eu e minha equipe nos preparamos para visitar a feira e aproveitá-la o máximo possível, do começo ao fim, durante os quatro dias, da abertura ao fechamento. Trabalhamos muito mesmo! Temos 9 lojas para abastecer, e facilitaria muito se tivéssemos cortesia de hospedagem para todos os dias do evento.

Assim que recebo a F. Magazine já vou conferindo as novidades e selecionando as coleções que quero ver pessoalmente na feira. A revista é importante nesse sentido, pois nos dá a oportunidade de ver antecipadamente os lançamentos e fazer uma lista de compras focada no que nossos clientes mais gostam.

Eu particularmente vou à feira com olho voltado aos encartes que fazemos para o Dia das Mães, Namorados e Natal. Por isso gosto de conferir as coleções completas dos expositores. Infelizmente o tempo acaba sendo curto e muita coisa que gostaria de ver é deixada de lado. Seria ótimo se os fabricantes tirassem fotos das vitrines e nos enviassem pelo WhatsApp. Como tenho boa memória visual, facilitaria para encontrar as joias e fazer um contato posteriormente.

Também vejo o evento como uma oportunidade para trocar ideias e experiências com outros lojistas. Sempre aprendo bastante, inclusive com as palestras que são oferecidas. No entanto, quando elas acontecem antes da feira abrir, acabo não tendo tempo. O melhor seria que a programação não fugisse dos quatro dias do evento. Fica a dica para as próximas! 📌



“Vejo o evento como uma oportunidade para trocar ideias e experiências com outros lojistas. Sempre aprendo bastante, inclusive com as palestras que são oferecidas”




GOLDBACKER
sempre juntos



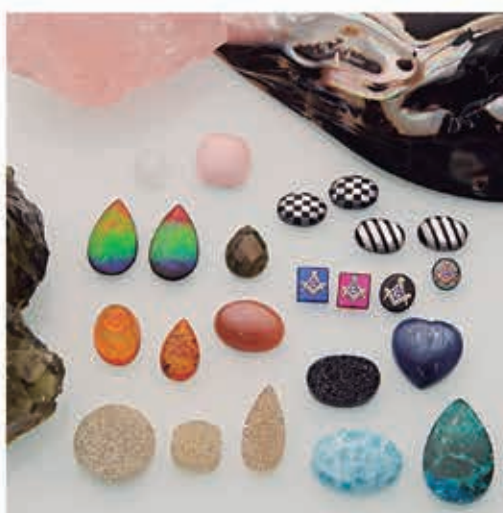
ZIRCÔNIA / SINTÉTICOS



OLHO GREGO



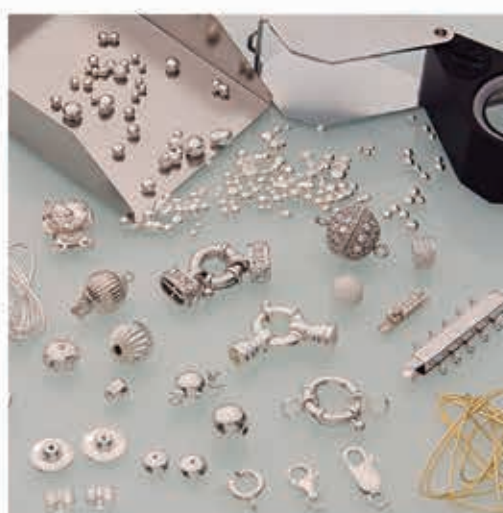
PEDRAS NATURAIS



PEDRAS NATURAIS



PEDRAS NATURAIS



PRATA

Gra
Varie
o
Tama
Form

PRO
ENT



(11) 3111-6300
Rua Quintino Boc
Cep 01004-010 - C
jenstone@
www.jenstone.com

nde
idade
de
anhos
e
natos

NTA
REGA



0 / fax: 3104-5427
aiúva, 107 - 9.o Andar
Centro - São Paulo - SP
@uol.com.br

cone.com.br



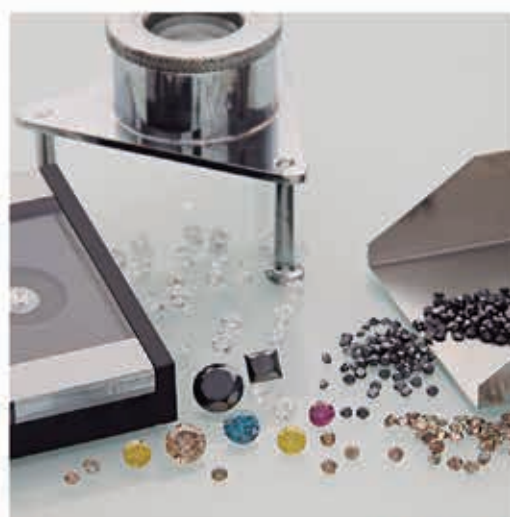
PEDRAS NATURAIS



NANO



PEDRAS NATURAIS



BRILHANTES



PÉROLAS



OURO 18K



Foto: Edo Mura

 **BRÜNER**
JOIAS PARA TODA A VIDA

bruner.com.br

 [JoiasBruner](#)

 [joias_bruner](#)