

*magazine*

# FENINJER

Hora da retomada,  
tudo o que a sua  
joalheria precisa  
para se atualizar



Joias Andrea Matos Lopes

**PAR**  
JOIAS





ESSENCIAL  
COMO A  
LUZ DO SOL

A NOVA COLEÇÃO COSTANTINI É A MATERIALIZAÇÃO DA BELEZA, DO BRILHO E DA FEMINILIDADE DA MULHER, CARACTERÍSTICAS QUE SE ASSEMELHAM À LUZ DO SOL, DO PRIMEIRO RAIU DA MANHÃ ATÉ O ANOITECER. COSTANTINI REALÇA O SEU VERDADEIRO ENCANTO.

NOSSO CATÁLOGO COMPLETO ESTÁ DISPONÍVEL EM  
[WWW.COSTANTINIMETAIS.COM.BR/CATALOGOS](http://WWW.COSTANTINIMETAIS.COM.BR/CATALOGOS)

**BASEL**  
P R E Z I O S E

## Coleção Leaf

Jóias em Ouro Rosé 18k com  
Rodolitas e Quartzo Fumê

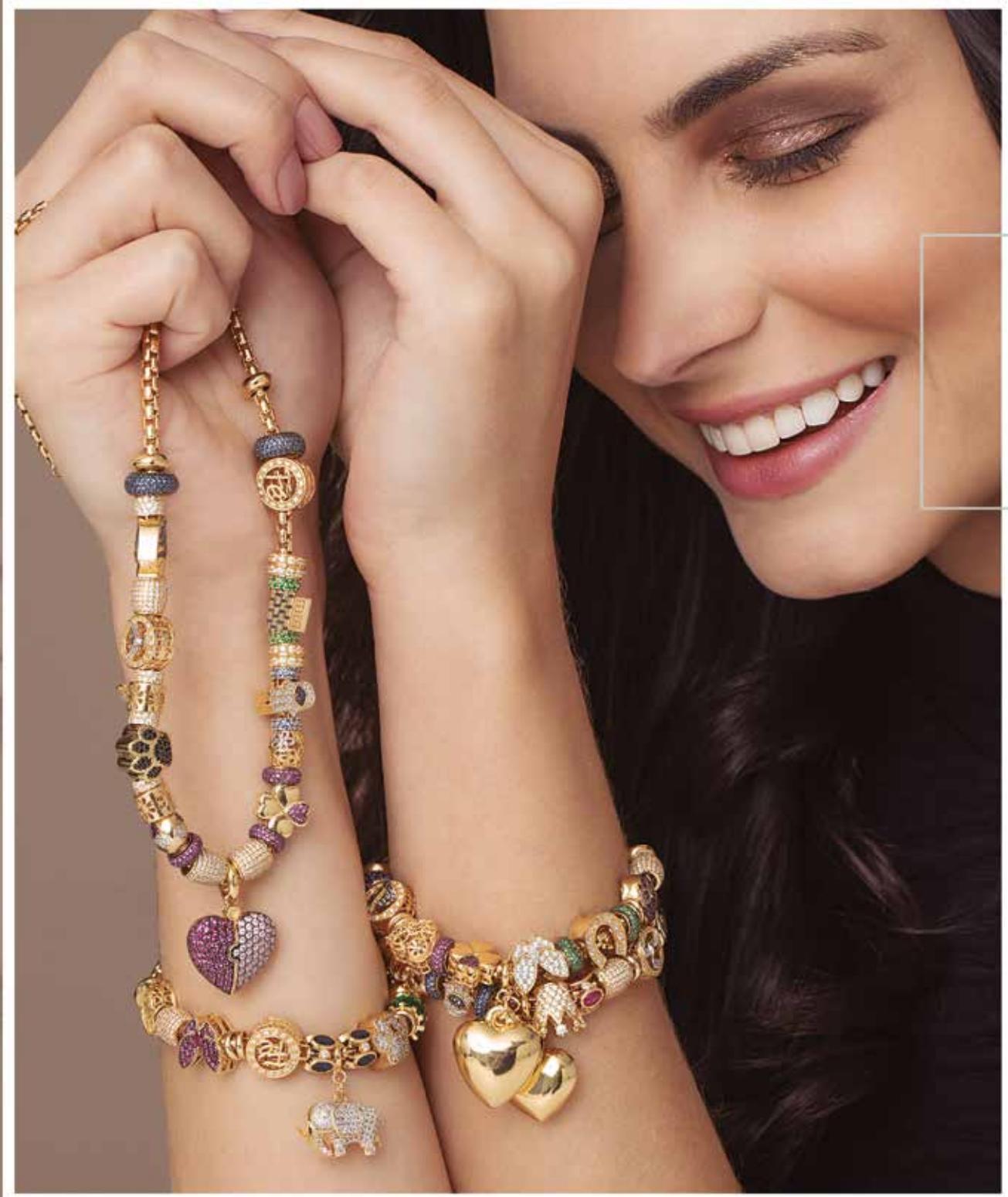


Siga a Basel nas  
redes sociais:





# A história do SEU CLIENTE



*contada através de joias especiais...*

S Senha

AMAGOLD  
OURO CERTIFICADO



#VIVAOMOMENTI

DOWNLOAD  
CATÁLOGO



[www.senhametais.com.br](http://www.senhametais.com.br)  
+55 17 9 9646-7076

f /senhametais  
@senhametais



**Salmon**  
Desde 1977



Salmon  
Desde 1977

RIVIERAS



---

**PAR**  
JOIAS

---

CONJUNTO ANEL, BRINCO E RIVIERA



# Caro(a) leitor(a), Imunidade, retomada, força e esperança

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



Finalmente estamos começando a avistar a luz no horizonte. Depois de muitos meses de incertezas e temores, estamos avançando e, em breve, todo o nosso Brasil e grande parte do mundo estarão imunizados.

Estamos entrando na tão aguardada fase de retomada: retomada da nossa vida, dos nossos negócios e principalmente da nossa confiança! A confiança é o principal ativo do empreendedor. Se não nos sentimos seguro, não tomamos as decisões que precisamos para partir para a ação.

A confiança nos dá a força necessária, a garra para encarar os inúmeros desafios pelos quais diariamente passam os nossos negócios. A grande verdade é que nunca foi fácil para nós joalheiros. Nunca navegamos em marolinhas, somente em ondas grandes. Portanto se você chegou até aqui, se sobreviveu a essa grande onda do Covid-19, está de parabéns! Parabéns porque venceu a pandemia, o desânimo, a tristeza da impotência diante da maior calamidade mundial dos últimos tempos.

E não se prive de sentir esse alívio e voltar a ter esperança em dias melhores. Essa alegria é o combustível que vai nos alavancar nessa retomada e fazer com que tenhamos ainda mais energia para recuperar o tempo perdido.

Agora é hora de acelerar com força para recuperar os negócios nesse segundo semestre. Certamente a 72ª FENINJER marcará o início desse novo tempo. Assim seja! •

Bons negócios!

Roseli Duque  
Presidente do IBGM



# GUILHERME DUQUE

✉ contato@guilhermeduque.com.br

⌚ @guilhermeduquejoalheiros

📞 (11) 9 4533-4650

📞 (11) 2893-7966



Andrea Matos Lopes

---f54---



Deri Joalheiros



---f62---

# Goldclube



---f28---

10	CARTA DO EDITOR	42	PERFIL DO EXPOSITOR Dicas da Andrea Matos Lopes para encarar essa tendência alegre e glamourosa!	62	TENDÊNCIAS Os insetos estão voltando para alegrar o mundo das joias
20	CARTA DO LEITOR				
28	GOLD CLUBE Novo serviço exclusivo por assinatura que atende o setor joalheiro	44	TENDÊNCIAS Do mínimo ao máximo!	68	TENDÊNCIAS Cristal domina joias repletas de pureza e significado
32	ACONTECERÁ Palestras da FENINJER Virtual estão disponíveis no canal do IBGM	54	TENDÊNCIAS Brincos e colares que marcam presença nas videoconferências e nas redes sociais	70	TENDÊNCIAS O último grau de sofisticação representado em joias de aparência simples e de grandes efeitos
38	TENDÊNCIAS Frissom das Franjas				



# Denoir

Phone 55 11 3888 4455

72º Fénix



—f102—



—f127—

Benne Fatto



—f83—

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>83 MARKETING</b><br/>Como utilizar o Marketing 360º a favor da sua joalheria</p> <p><b>88 GESTÃO</b><br/>Venda de joias começa a decolar na internet</p> <p><b>102 DESTAQUES</b><br/>A nova Era do Ouro</p> <p><b>106 NA MODA</b><br/>5 tendências das passarelas que vão bombar em 2.022</p> | <p><b>110 COMUNICAÇÃO</b><br/>Bom humor e imunidade: Uma forma de resiliência emocional para a retomada</p> <p><b>124 MAIS VAREJO</b><br/>Estratégias para combater a objeção ao preço</p> <p><b>127 GUIA DE COMPRAS</b><br/>Seleção de joias atemporais para agitar as suas vendas</p> <p><b>134 CAPÍTULO PRECIOSO</b><br/>A joia e sua face mística</p> | <p><b>142 SEGURANÇA</b><br/>Como a Lei Geral de Proteção de Dados pode afetar as vendas online</p> <p><b>150 ONDE ENCONTRAR</b></p> <p><b>152 FENIJER, EU VOU!</b><br/>Andrea Rolim</p> |
|---|---|---|



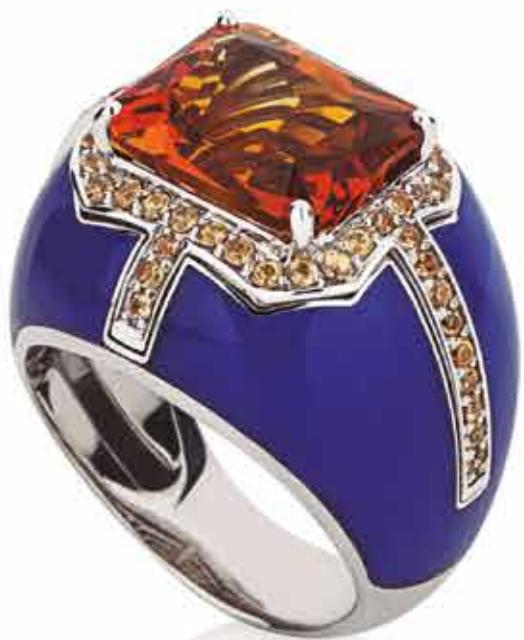
 **AMAGOLD**  
OURO CERTIFICADO

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

**FORUM ROMANO**  
[www.forumromano.com.br](http://www.forumromano.com.br)  
 @forumromano



## Coleção Hyceram



*Benne Fatto*

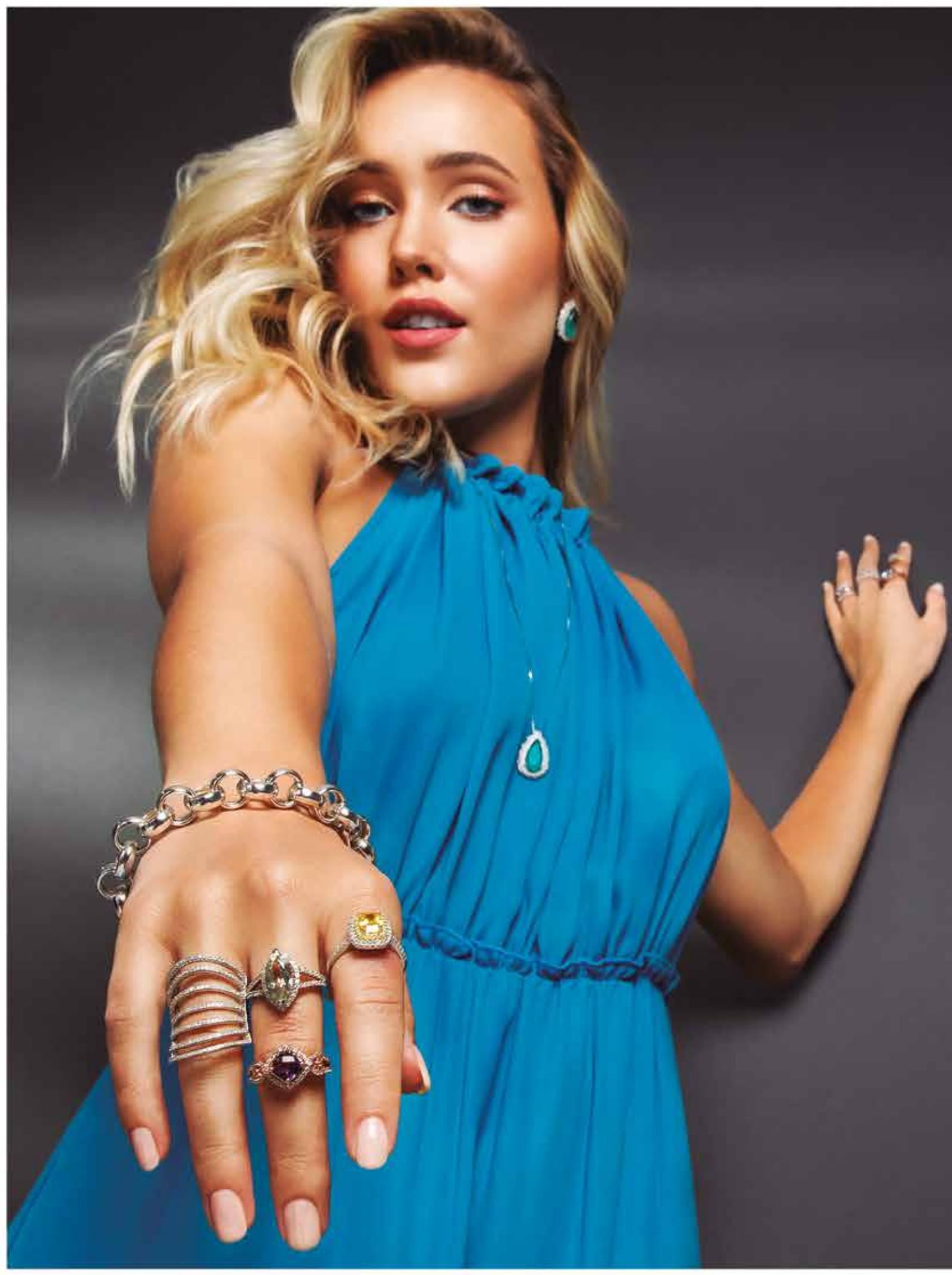
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA

*Benne Fatto*  
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA



Siga a Benne Fatto  
nas Redes Sociais





# Di ROMA

JOIAS EM PRATA O INVESTIMENTO  
IDEAL PARA SEU NEGÓCIO.

17 4009 3500 | @DIROMABRASIL | 17 98805 8295

“ A F. Magazine está cada vez melhor e mais informativa! Adoro ver as novidades da revista, que sempre traz um conteúdo de boa qualidade. ”

Rita Zecchin - Spgioielli  
Rio de Janeiro - RJ

“ Surpresa boa receber a F. Magazine mesmo não tendo a feira presencial. Foi uma forma de matar a saudade desse evento que faz muita falta no setor. O conteúdo está muito interessante, parabéns a equipe. ”

Monica Morbim  
Campo Grande - MT

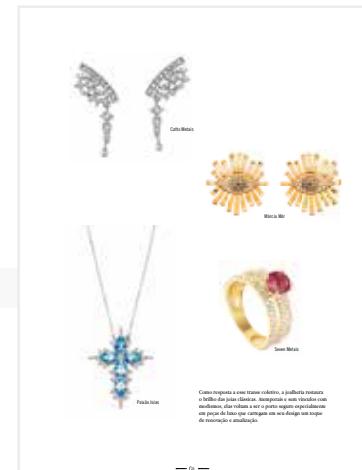
“ Que alegria receber mais uma F. Magazine! Deu para matar a saudade da feira. É uma forma de matar a saudade do ramo e conferir os lançamentos. Obrigada por fazerem esse trabalho com tanto amor e carinho para podermos seguir em frente. ”

Maria dos Afilitos Sales Ramos  
Afilitos Joias, de Teresina – PI



#### A força dos clássicos na era da imprevisibilidade

Em um ano de mudanças profundas e inesperadas, a joalheria busca manter os designs clássicos permanentes. A ausência de certeza provoca um sentimento de incerteza que lembra em concretizar nela de joia que sempre foi.



Escreva para nós!

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

# Coleção

2º semestre



Different



SEVEN METAIS  
Contato pelo WhatsApp

Siga-nos

[sevenjolas.com.br](http://sevenjolas.com.br) +55 17 3214.7710



# Edição 33 - 2021

Julho - Dezembro | Ano 11

## Realização

Prieto&Associados

## Editor Executivo

Carlos Eduardo Prieto

## Editor

Ecio Barbosa de Moraes

## Planejamento

Evandro Prieto

## Diretora de Redação

Cláudia Santana

## Jornalistas

Caroline Sanches e Gabriel Moura

## Colaboradores

Clara Lemos, Eliana Gola, Leila Navarro  
e Marcelo Ortega

## Projeto Gráfico

Prieto&Associados

## Direção de Arte

Rachel Fornis

## Assistente de Arte

Rafael C. Fernandez

Karolanny C. Dantas Araújo

## Revisão

Jéssica Prieto

## Atendimento

Manoela S. Tillmann

## Comercial

Prieto&Associados

## Financeiro

Ingridy Hilario

## Imprensa Internacional

Clarissa Maciel

## Impressão

Stilgraf



FENINER  
Hora da retomada,  
tudo o que a sua  
joalheria precisa  
para se atualizar

Joias Andrea Matos Lopes

Modelo: Andrea Matos Lopes

Foto: Ale Bomeny

Tratamento: Ale Bomeny

Beleza: Paty Cantoni

Stylist: Alexia Carvalho - 305 and more

Look: Capocouture

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](http://www.prietoassociados.com.br)



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



ALVORADA®  
JOALHEIROS  
DESDE 1960



# Gemas inspiradoras, cores fabulosas e um toque vintage compõe a nova coleção da Deri Joalheiros

Empresa destaca a beleza atemporal das linhas puras e sem excessos

Após a pandemia que abalou profundamente a humanidade, o mundo mudou e percebeu que precisa de mais transparência, alegria e simplicidade. A vida é curta demais para nos preocuparmos com engenharias complexas que muitas vezes só servem para nos fazer perder tempo. A Deri Joalheiros capturou a essência dessa atmosfera e lança uma coleção que corrobora com esses conceitos.

A empresa mergulhou nos grandes clássicos da joalheria e apresenta novidades de inegável esplendor estético e encantamento. As novidades revelam o quanto as linhas clássicas são espetacularmente simples, bem definidas, limpas de excessos.



A nova coleção traz um luxo natural e atemporal em peças de design irretocável, que exploram o máximo esplendor das pedras preciosas. São peças que expressam um refinamento único, carregando uma magia particular, que ultrapassa as questões estéticas de estilo. Por isso agradam mulheres de todas as idades e tribos.

Nessa nova coleção, a Deri ressalta a preciosidade dos diamantes, esmeraldas e turmalinas paraíbas. Uma verdadeira expressão de contentamento, que remete ao otimismo e a alegria de viver.

Para conferir essas e outras novidades da Deri, visite o estande da empresa na próxima FENINJER. Telefone: (11) 3237-4000 e WhatsApp (11) 9 8530-0083. •





Deri Joalheiros

[www.derijoalheiros.com.br](http://www.derijoalheiros.com.br)  
deri@derijoalheiros.com.br



Atelier 7G

encomendas@atelier7g.com.br

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

Tel.: 55 13 3223-1386 | 19 99713-1386  
 [backerdesignoficial](#) [backerdesign](#)

# BACKER DESIGN



Rivieras Personalizadas

# Goldclube



Faça parte

Exclusivo, o serviço de assinatura atende as principais necessidades dos profissionais do setor joalheiro

“ Para equacionar essas necessidades de informação e atualização, a F. Magazine está lançando um serviço pioneiro, o Gold Clube. Trata-se de um serviço de assinatura inovador, que contempla as principais necessidades dos profissionais que atuam no ramo. ”

## Conheça o Gold Clube

Definitivamente a era digital está acelerando a nossa vida e os negócios. Cada vez mais nosso mundo está na internet e a tendência é que vamos passar muito tempo mergulhados nesse universo, aumentando a necessidade de nos mantermos bem informados e atualizados.

Por conta dessa revolução, o volume de dados e informações disponíveis é avassalador. Com isso, encontrar o que precisamos e distinguir o que tem qualidade do que é puro lixo, consumirá minutos preciosos da nossa vida.

Para equacionar essas necessidades de informação e atualização, a F. Magazine está lançando um serviço pioneiro, o Gold Clube. Trata-se de um serviço de assinatura inovador, que contempla as principais necessidades dos profissionais que atuam no ramo.

Com a curadoria de especialistas do segmento de joias, o Gold Clube oferece informação de qualidade, cursos, treinamentos e os principais lançamentos da indústria joalheira nacional.



Catálogos



Ebooks



Aulas exclusivas



“Estamos desenvolvendo um material inédito focado no seu negócio, confeccionado para alavancar suas vendas e tornar o seu varejo mais eficiente e lucrativo.”

## Lançamento

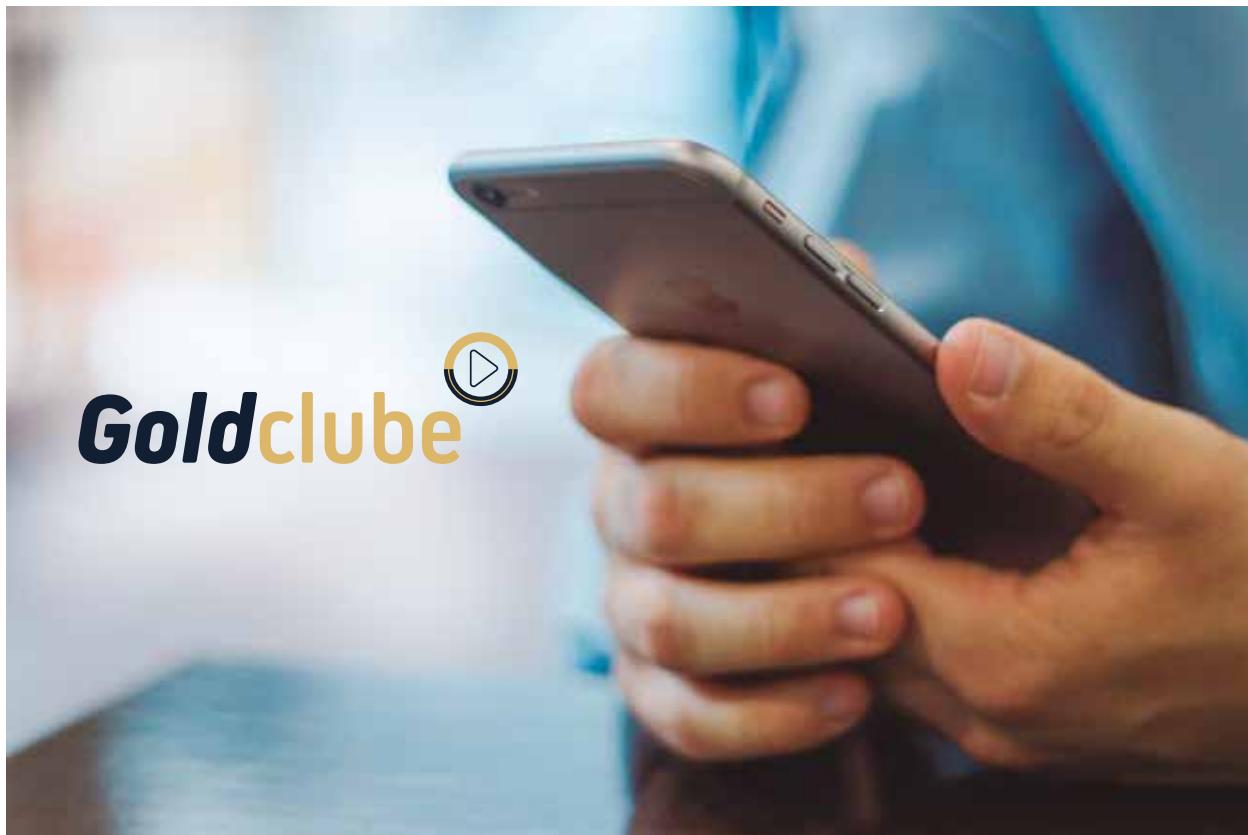
13/09

—  
**Assine agora!**  
**Comece a pagar**  
**somente em**  
**dezembro!!**

Joias, novidades e aulas direto no seu celular!

A cada quinze dias, o serviço entrega direto no e-mail ou no WhatsApp do assinante, catálogos de joias com lançamentos das principais marcas do setor. É a forma mais ágil e moderna de você conhecer as novidades das indústrias e ficar por dentro das tendências de produtos e do mundos dos negócios.

O Gold Clube oferece também um e-book exclusivo a cada quinzena sobre os principais temas que todo profissional do ramo precisa estar atualizado, como marketing, vendas, tendências de negócios e design, tecnologia e muito mais. Os associados do clube também terão mensalmente, aulas exclusivas e treinamentos online com especialistas de diversas áreas. São oportunidades que podem ser compartilhadas, inclusive, com as equipes das empresas assinantes. Um super bônus que fará toda a diferença na performance das equipes. •



O que você ganha fazendo parte do Gold Clube

### >> Catálogos quinzenais

Lançamentos escolhidos a dedo pelas maiores empresas da indústria joalheira do Brasil.

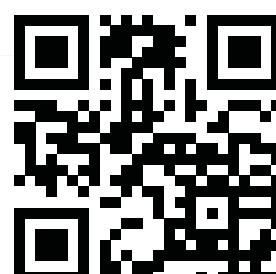
### >> Ebooks quinzenais

Com conteúdos relevantes para o seu negócio!

### >> Aulas e treinamentos online

Tenha acesso a uma aula mensal online, aprofundando o conteúdo abordado nos ebooks com um expert da área.

**Como fazer  
parte desse  
clube exclusivo**





 **BRUNER**  
EMOÇÃO PARA TODA A VIDA

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

 [JojasBruner](#)

 [joias\\_bruner](#)

 AMAGOLD

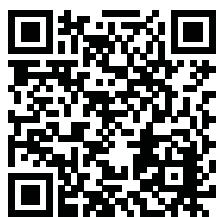
# Palestras da FENINJER Virtual estão disponíveis no canal do IBGM no YouTube

Rico em informações e insights de diversas áreas, o conteúdo traz apresentações de especialistas que participaram das quatro edições do evento na internet

Para atender as necessidades sanitárias e preservar a segurança de expositores e visitantes em relação às questões da pandemia, excepcionalmente a 72ª edição da FENINJER não contará com o seu tradicional Circuito de Palestras. Em contrapartida, os profissionais do setor terão à disposição, de forma totalmente gratuita, uma série completa de apresentações ricas em conteúdo e insights.

Em quatro edições realizadas em menos de um ano, a FENINJER Virtual contabilizou 30 palestras sobre Adaptação ao Digital, Marketing e Vendas, Logística e Administração, Posicionamento de Marca e Branding, Atendimento, Tendências e Comportamento do Consumidor.

Todas elas estão disponíveis no canal do IBGM no YouTube. Vale ver ou rever, pois conhecimento de qualidade faz toda a diferença em nossa vida e nos negócios. •



Confira todas as palestras de todas as edições da FENINJER Virtual

A seguir, confira as palestras que fizeram parte das 4 edições da Feira Virtual divididas por temas:

## Adaptação ao Digital

- O digital está mais perto e acessível do que se imagina, com Cris Duarte - 1ª Edição
- Digitalização do mundo: a experiência e a jornada on e offline do shopper, com Lucila Campiglia - 1ª Edição
- Live Commerce e a digitalização do varejo físico no segmento de joalherias, com Camila Salek - 1ª Edição
- 45 dias, uma loja virtual e 70% do resultado: aprendendo com quem deu certo, com Cris Duarte - 1ª Edição
- Presença Digital: o desafio de gerenciar sua marca no mundo digital, com Melissa Lesnovski - 1ª Edição
- Live Commerce para o varejo: como se preparar, com Márcia Croce - 2ª Edição
- A construção de laços fortes em redes sociais digitais, com Diego Oliveira - 4ª Edição

## Marketing e Vendas

- Redes Sociais X Vendas: o desafio de ser criativo, demonstrar propósito e atuar como SAC, com Tatiana Brugalli - 1ª Edição
- Growth Hacking: como interpretar e encontrar os buyers e os shoppers no imenso mundo digital, com Laís Calusni - 1ª Edição
- O que fazer para que a comunicação de sua marca se transforme em venda?, com Marta Rovella Schultz - 3ª Edição
- Storytelling para sua marca: qual história você vai contar?, com Martha Terenzzo - 3ª Edição
- O poder do varejo: mobilizando e tendo sucesso em tempos voláteis, com Morgana Linhares - 3ª Edição
- Realidade aumentada e gamificação: como implementar essas tecnologias no varejo, com Rafael Araújo - 3ª Edição
- Joalheria 2.0: o que fazer para vender joias online em 2.021, com Lu Lopes - 4ª Edição

## Logística e Administração

- Renovação do estoque com foco na formação de coleções competitivas, com Márcia Croce - 2ª Edição
- Metodologia Ágil para administração do negócio joalheiro, com Daniel de Miranda - 2ª Edição
- Motivações e rituais na venda de joias, com Rosana de Moraes - 3ª Edição
- A importância da educação financeira no contexto da Covid-19, com Frederike Mette - 3ª Edição

## Posicionamento de Marca e Branding

- Consultoria de imagem como instrumento de construção do diálogo comercial, com Ana Vaz - 2ª Edição
- Visão estratégica para marcas de joias no mundo digital, com Lais Calusni - 2ª Edição
- Como posicionar a sua marca através do Instagram, com Breno Koscky - 2ª Edição
- Marcas humanizadas: o presente e o futuro do varejo, com Sébastien Liron - 3ª Edição

“ Em quatro edições realizadas em menos de um ano, a FENINJER Virtual contabilizou 30 palestras sobre Adaptação ao Digital, Marketing e Vendas, Logística e Administração, Posicionamento de Marca e Branding, Atendimento, Tendências e Comportamento do Consumidor. ”



## Atendimento

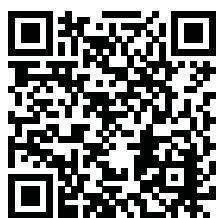
- Atendimento online: o lugar e a vez das redes sociais, com Tatiana Brugalli - 2ª Edição
- Atendimento: como formar uma equipe digital para atuar na loja física, com Ester Morgan - 3ª Edição
- Como proporcionar uma experiência de luxo aos clientes, com Malu Albertotti - 4ª Edição

## Tendências

- O que vem por aí na joalheria: cores, formas e materiais, com Márcia Croce - 1ª Edição
- Tendências de consumo para o mundo joalheiro 2.021, com Patricia Sant'Anna - 2ª Edição
- Bate-papo com joalheiras, com Roseli Duque e convidadas - 4ª Edição
- O shopper do futuro, com Fátima Merlin - 4ª Edição

## Comportamento do Consumidor

- Cenário contemporâneo e o comportamento do consumidor para o setor de joias e luxo, com Patricia Sant'Anna - 1ª Edição



Confira todas as palestras de todas as edições da FENINJER Virtual

“ Todas elas estão disponíveis no canal do IBGM no YouTube. Vale ver ou rever, pois conhecimento de qualidade faz toda a diferença em nossa vida e nos negócios. ”



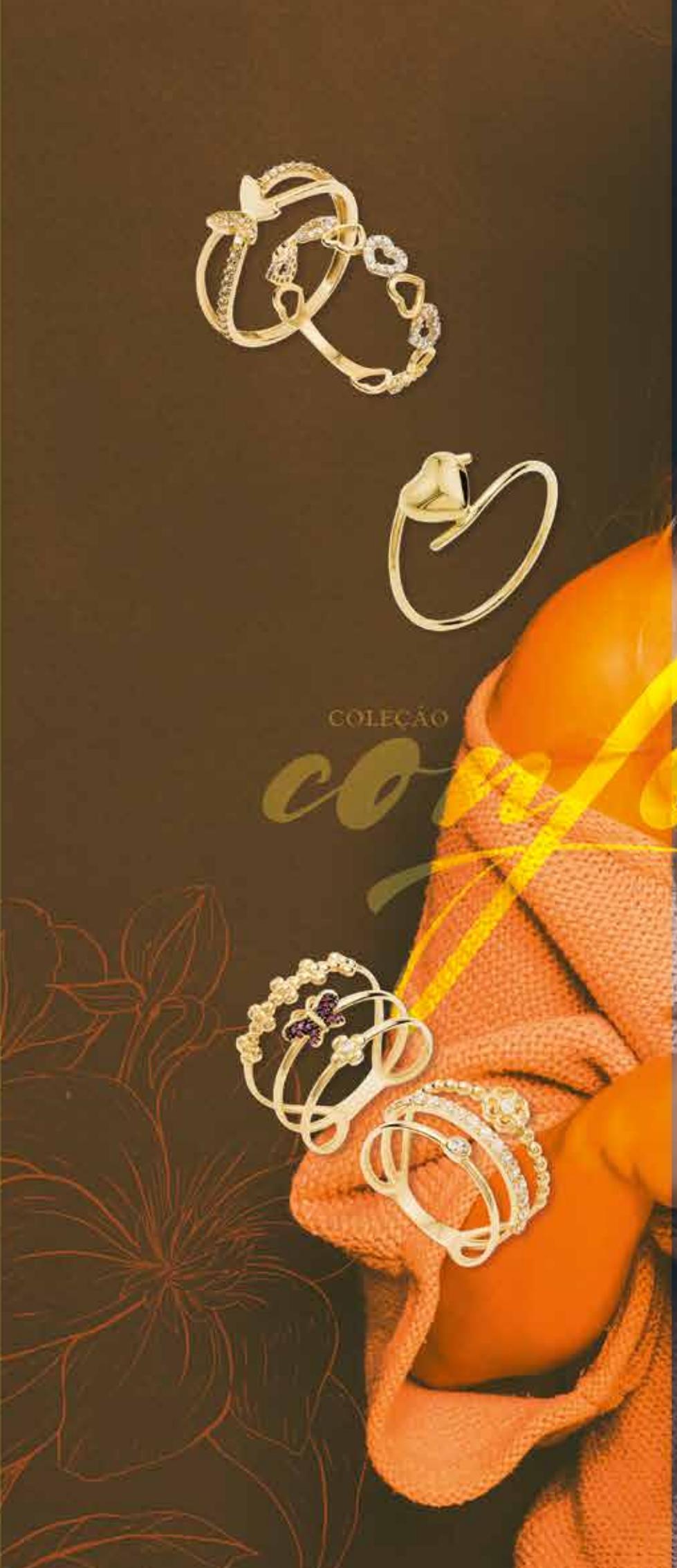
G  
GUINDANI

51 3227 5512 | [www.guindani.com.br](http://www.guindani.com.br)

 guindanijoias

GRUPO  
**SOLID**

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





Charme, ousadia, irreverência e muita sensualidade. É com essa vibe que as joias com franjas estão conquistando todas as atençãoes!



## Frissom das Franjas

As charmosas joias com franjas estão de volta e nada pode frear o desejo de balançar com peças que esbanjam charme, ousadia e movimento! Como não amar essa tendência que convida a nossa alma a sacudir e brilhar sem medo de ser feliz?



Grupo Inova Joias



Forum Romano



Costantini



Costantini

As franjas explodiram no embalo do Charleston, na década de 1.920 e, desde então, conquistaram definitivamente o mundo da moda e das joias. Com elas, não só a dança ganhou mais vida, como também os acessórios conquistaram um elemento forte de sensualidade e liberdade.



Biwa



Forum Romano



Costantini

Costantini

Na joalheria, as franjas estão sendo revisitadas nessa temporada. Ganharam mais volume, destaque e irreverência com o efeito bicolor, que dominou brincos, colares e até anéis e pulseiras.

Agora, elas têm ainda mais poder para conquistar as mulheres que desejam ampliar o potencial visual e o magnetismo de suas joias. •

*"Joias que une o clássico  
ao contemporâneo."*

*"Jewelry that unites classic  
to contemporary."*



[facebook.com/drwjoias](https://facebook.com/drwjoias)

+55 17 98133-1558

**DRW**  
JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR



*Andrea Matos Lopes*

JEWELRY DESIGN

Modelo: Andrea Matos Lopes - Foto/Tratamento: Ale Boney - Beleza: Paty Cantoni - Stylist: Alexia Cannillo - 305 and more - Look: Capocouture

Dicas da Andrea Matos Lopes para encarar essa tendência alegre e glamourosa!

Cores vibrantes e joias multicoloridas

Os desfiles internacionais não deixam dúvidas: o verão 2.022 será das cores! O clima de retomada e otimismo está no ar e já predomina entre as principais grifes de moda a ponto de se transformar em uma das tendências mais quentes da próxima temporada.

Casas como Valentino, Balenciaga, Chanel e Giambattista Valli, entre muitas outras, apostam na combinação intensa de cores para quebrar a monotonia e a sobriedade. Na cartela de cores, chegam com força tons de verde, vermelho, amarelo e pink. Alegres e vibrantes, essas tonalidades estarão por toda parte, transmitindo energia,

sobretudo em looks monocromáticos, das alfaiatarias aos vestidos de círmeno impecável.

“Um prato cheio para se trabalhar com joias multicoloridas, tanto nas linhas rainbow como de carvings, que exploram a vivacidade e o brilho marcante das gemas coradas. Essa é a proposta que a minha marca celebra, pois mais do que nunca, acreditamos que é necessário expressar a nossa alegria de viver”, explica a CEO da marca AML.

Confira aqui como combinar essa hot trend com as joias one of a kind da Andrea Matos Lopes! •



[andreamatoslopes.com](http://andreamatoslopes.com)

✉ [andrea@andreamatoslopes.com](mailto:andrea@andreamatoslopes.com)

❨ [/andreamatoslopes](https://www.facebook.com/andreamatoslopes)

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

❻ +55 (11) 9 6421-5826



O charme dos anéis minimalistas em composições arrasadoras



Benne Fatto



Goldbacker

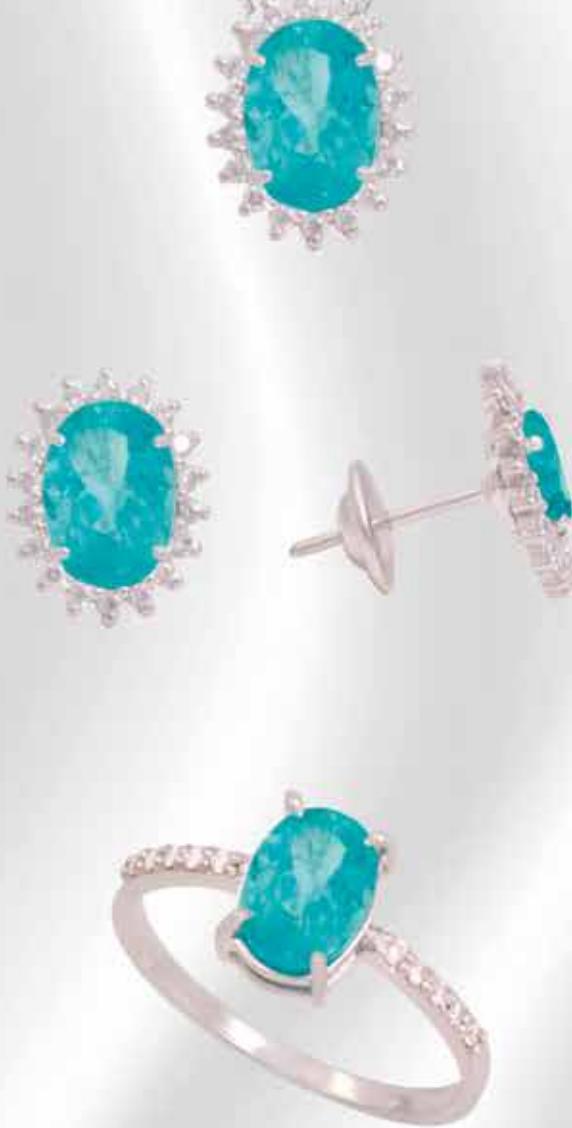
## Do mínimo ao máximo!

Definitivamente, usar um único anel em um dedo é pouco. As mulheres descobriram que podem ousar e brincar muito mais com suas joias, criando composições variadas, de acordo com seu humor, desejo ou necessidade.



## “SHADES OF BLUE”

Coleção inspirada nos tons poderosos do azul, a cor da harmonia e integridade.



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



comercial@aebmetais.com.br

Fale com nossa equipe



@aebmetais





Brüner



Forum Romano



Forum Romano



Brüner



Denoir

Benne Fatto



Biwa



Dessa onda, nasceu a proposta do anelismo, uma tendência que cada vez cresce mais na joalheria e conquista novas adeptas. Para a nova temporada, essa linha ganha reforço com os charmosos anéis minimalistas.



coleção  
**Oceans**

**Esmébras**®

ATACADISTA DE ALTA JOALHERIA



Biwa



Goldbacker

Benne Fatto



Discreto, esse estilo prima pela excelência das formas simples, sem rebuscamientos ou grandes detalhes. Representam um luxo moderno e atemporal e, por isso, os anéis com esse design são perfeitos para serem usados em grandes quantidades e em todos os dedos da mão.

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

Coleção  
**TURMA DA**  
**MÔNICA**  
por CADENA®

© MSP - BRASIL

MÔNICA



LOJISTA,  
ESPECIAL DIA DAS CRIANÇAS, NOVIDADES PARA SEUS CLIENTES.

**CADENA**

cadenajoias.com.br

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

@cadenajoias



Cadena



Cadena



Costantini



Biwa



Forum Romano



Confira nas vitrines da 72ª FENINJER as suas peças favoritas! ↗



Coleção  
*Realizações*  
**OS 7 CHAKRAS**



**CADENA**

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

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

@cadenajojas

# Para proteger seu estoque:

Contar com a sorte é bom.

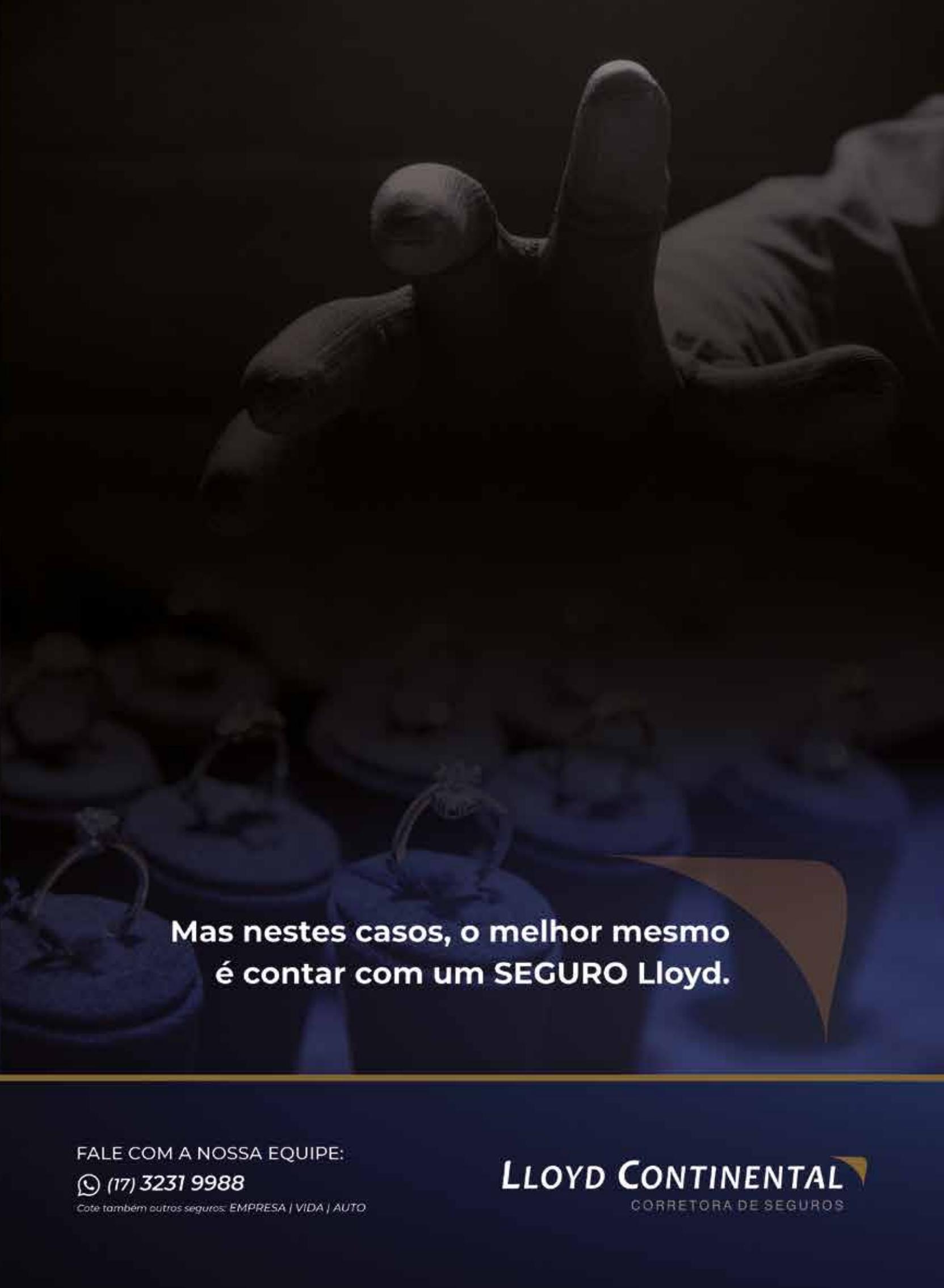


EM PARCERIA COM:



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





**Mas nestes casos, o melhor mesmo  
é contar com um SEGURO Lloyd.**

FALE COM A NOSSA EQUIPE:

📞 (17) 3231 9988

Cote também outros seguros: EMPRESA | VIDA | AUTO

**LLOYD CONTINENTAL**  
CORRETORA DE SEGUROS

TENDÊNCIAS



Brincos e colares que marcam presença nas videoconferências e nas redes sociais

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

Guilherme Duque



Andrea Matos Lopes

## Face Time: joias para brilhar nos encontros virtuais

Quem ainda não saiu correndo para colocar um bom par de brincos ou colar quando foi chamada para uma videoconferência, pode ir se preparando. Essa cena cada vez se torna mais comum entre mulheres que não abrem mão da elegância mesmo em encontros e eventos virtuais.



Goldbacker



Joiello



Biwa



Forum Romano



Guilherme Duque



Costantini



Goldbacker



Guilherme Duque



Goldbacker



Andrea Matos Lopes



Costantini



Forum Romano

Investir em joias de impacto visual é a melhor forma de estar bem arrumada mesmo trabalhando em casa. Como nas reuniões online normalmente ficamos visíveis apenas do cotovelo para cima, especialmente os brincos e colares contribuem para dar um brilho a mais no visual.



**SEVEN METAIS**  
Contato pelo WhatsApp

Sign now

[sevenjolas.com.br](http://sevenjolas.com.br) +55 17 3214.7710





Biwa



Andrea Matos Lopes



Costantini



Guilherme Duque



Forum Romano



Goldbacker

Nesse tipo de produção, as joias com design clássico e contemporâneo são sempre bons coringas para quem precisa enfrentar chamadas corporativas. Transmitem charme e equilíbrio, valorizando a imagem de quem os usa. Já dependendo do perfil da empresa ou do encontro, também vale usar peças de design autorais que expressem personalidade.

Veja aqui uma boa seleção de novidades para atualizar o seu estoque e fazer sucesso com as suas clientes! ↗



TRANSFORMAR  
ENCANTAR  
VENDER

OS 3 ELOS DO GRUPO INOVA QUE CRIAM  
UMA ECONOMIA VERDADEIRAMENTE  
SUSTENTÁVEL NO MERCADO.

UMA ATUAÇÃO  
ESTRATÉGICA CENTRADA  
PARA UNIR E BENEFICIAR  
INDÚSTRIA, VAREJO E  
CONSUMIDOR FINAL COM:

**INOVAÇÃO**  
**DESIGN**  
**MARKETING**  
**COMPARTILHADO**

nuova

MAEVE

Beli

Fiorelle

AG925

**72ª FENINJER**

30 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO DE 2021

GRUPO  INOVA  
joias

A NÚMERO 1 EM INOVAÇÃO NO BRASIL

PERSONALIZADOS



---

**PAR**  
JOIAS

BRACELETES





TENDÊNCIAS

feninjer.com.br 

Andrea Matos Lopes



Goldbacker

## Prepare o seu jardim!

Prepare o seu jardim, pois novamente os insetos vão infestar – e brilhar! – na sua vitrine! Escaravelhos, besouros, abelhas, borboletas e joaninhas, entre outros, voltam a ocupar lugar de destaque no mundo das joias.

Nessa temporada, eles estão ainda mais modernos e preciosos. Segundo Renata Ferrari, consultora fashionista, essa nova onda expressa a efemeridade e a renovação da própria vida.

Os insetos estão voltando para alegrar o mundo das joias



Costantini



Forum Romano



Paixão Joias



Deri Joalheiros



Guilherme Duque



Biwa

“É como se os designs dessas joias com insetos nos lembrassem de que a vida é curta e precisamos aproveitá-la ao máximo agora, sem deixar para depois. Uma mensagem que ganhou sonoridade depois dos sofrimentos impostos pela pandemia”, explica a especialista.



Andrea Matos Lopes

Desde o Antigo Egito os insetos passeiam pelas joias, mas a Gucci foi uma das primeiras grifes de luxo a investir nessa linha. A abelha que agora é um dos elementos chave da marca, se tornando um ícone, foi usada pela primeira vez nos anos 1.970 em anéis, brincos, pingentes e muito mais.



Costantini



Paixão Joias



Goldbacker



Guilherme Duque



Forum Romano



Deri Joalheiros



MÁRCIA MÓR JOIAS

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



55 21 98179-1919



@marciamorjoias

[marciamor@marciamor.com](mailto:marciamor@marciamor.com)

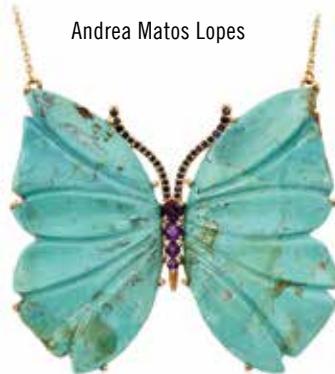


ALDEIA

Paixão Joias



Andrea Matos Lopes



Paixão Joias

Guilherme Duque



Para esse final de ano e a temporada 2.022, vale investir em insetos com os mais variados formatos e tamanhos. Em relação ao design, fique de olho em peças que remetam às mensagens de alegria e renovação, como as borboletas esculpidas em gemas, ou peças cravejadas de pedras vibrantes. ♦



Forum Romano



Andrea Matos Lopes



Costantini

# Coleção *Sagrado*



As **manifestações sagradas** são representadas em nossas vidas de diversas formas, seja pela chegada de um **filho**, da conquista de um **sonho** ou pela **proteção diária**.

A **Coleção Sagrado** chega com o propósito de reafirmar todas as formas de proteção por meio de uma joia exclusiva com um **design único**, sobreposição de chapas e acabamentos acetinados e polidos com o objetivo de transparecer o sentimento mais puro: **a fé**.



Cristal domina joias repletas de pureza e significado



Joiello

## Tempo de transparência

A pandemia trouxe para o centro das atenções questionamentos sobre os rumos da humanidade, despertando no inconsciente coletivo o desejo de transparência. Ver além do que é apresentado, acessar os bastidores, jogar luz nas sombras são ideias que pautam o coletivo em sua preocupação com o todo.

Andrea Matos Lopes



Na joalheria, essa tendência tem sido interpretada através dos cristais transparentes. Cheios de energia e significados, eles são destaque em coleções que revelam que não há nada a esconder. As gema mostram seu interior, permitindo que a luz atravesse suas formas e revele toda a sua pureza.

Desde os tempos mais remotos os cristais fazem parte da joalheria. Seja pela energia que carregam ou pela beleza, as joias de cristais também costumam ser usadas para fins terapêuticos.

Segundo o esoterismo, o quartzo transparente ajuda na concentração, ajudando a clarear os pensamentos. Também é considerado um elemento ligado à espiritualidade, por possuir a energia dos sete raios condensada em sua luz.

A luz branca atravessa a gema, permitindo que todas as cores do espectro permaneçam inalteradas. Desse modo, os cristais permitem equilibrar os elementos necessários para restabelecer a harmonia. Uma gema perfeita, sobretudo para joias com caráter mais místico. •



O último grau de sofisticação representado em joias de aparência simples e de grandes efeitos

Grupo Inova Joias



Joiello

## Minimalismo Contemporâneo

A vida fica mais gostosa quando a gente descomplica. As joias também, por isso o minimalismo está ditando a moda entre as novidades da nova temporada. Essa tendência propõe joias de formas puras, mais simples, modernas e confortáveis, apresentando designs fluídos, inspirados na natureza e suas estruturas geométricas.



72º Feninjer do dia 30/8 até 2/9  
São Paulo - Hotel Sheraton - WTC



Forum Romano



Joiello



Goldbacker



Goldbacker



Biwa

Nessa linha, as coleções apresentam linhas bem pontuadas e cortes limpos, conferindo uma elegância moderna e contemporânea. Mas não se engane: como a simplicidade é o último estágio da sofisticação, as peças desse estilo traduzem um luxo atemporal e sedutor, jamais passando despercebidas.

  
nardini  
0750



Sua vitrine merece  
esse expositor!

Passe sua câmera no QR CODE





Biwa



Joiello



Grupo Inova Joias

Outro ponto forte nas joias minimalistas é que elas equilibram o look e transmitem o charme imponente das pessoas decididas, que sabem exatamente o que querem. Por isso fazem o par perfeito com roupas estruturadas e de bons cortes, elevando o grau de sofisticação às alturas.

**ARTG**  
CONTEMPORARY JEWELRY  
SINCE 1984



@artg.rio

artg@artg.com.br

artg.com.br

Escaneie e mande  
mensagem no  
nossa whatsapp  
**21 97133-2800**





Joiello



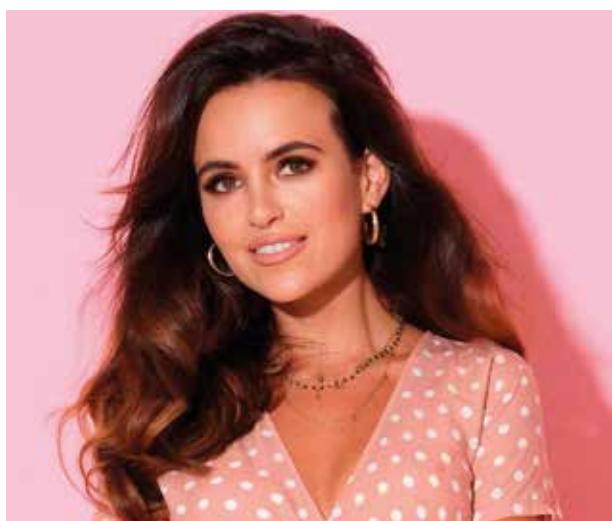
Forum Romano



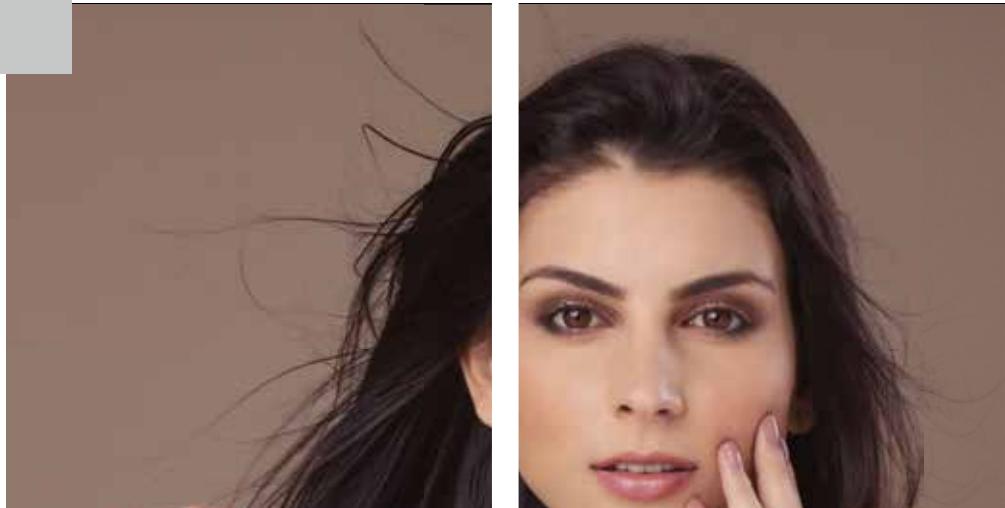
Biwa



Goldbacker



Se apaixonou por essa proposta? Então venha conferir as novidades minimalistas que não podem faltar na sua vitrine! •



”

#VIVAOMOMENTI

S Senha



DICAS PARA  
SUA LOJA

Combinações especiais e dicas  
exclusivas para todos os produtos.  
**faça o download do seu catálogo**



S Senha



Jóias que seduzem e conquistam  
clientes para a sua joalheria.



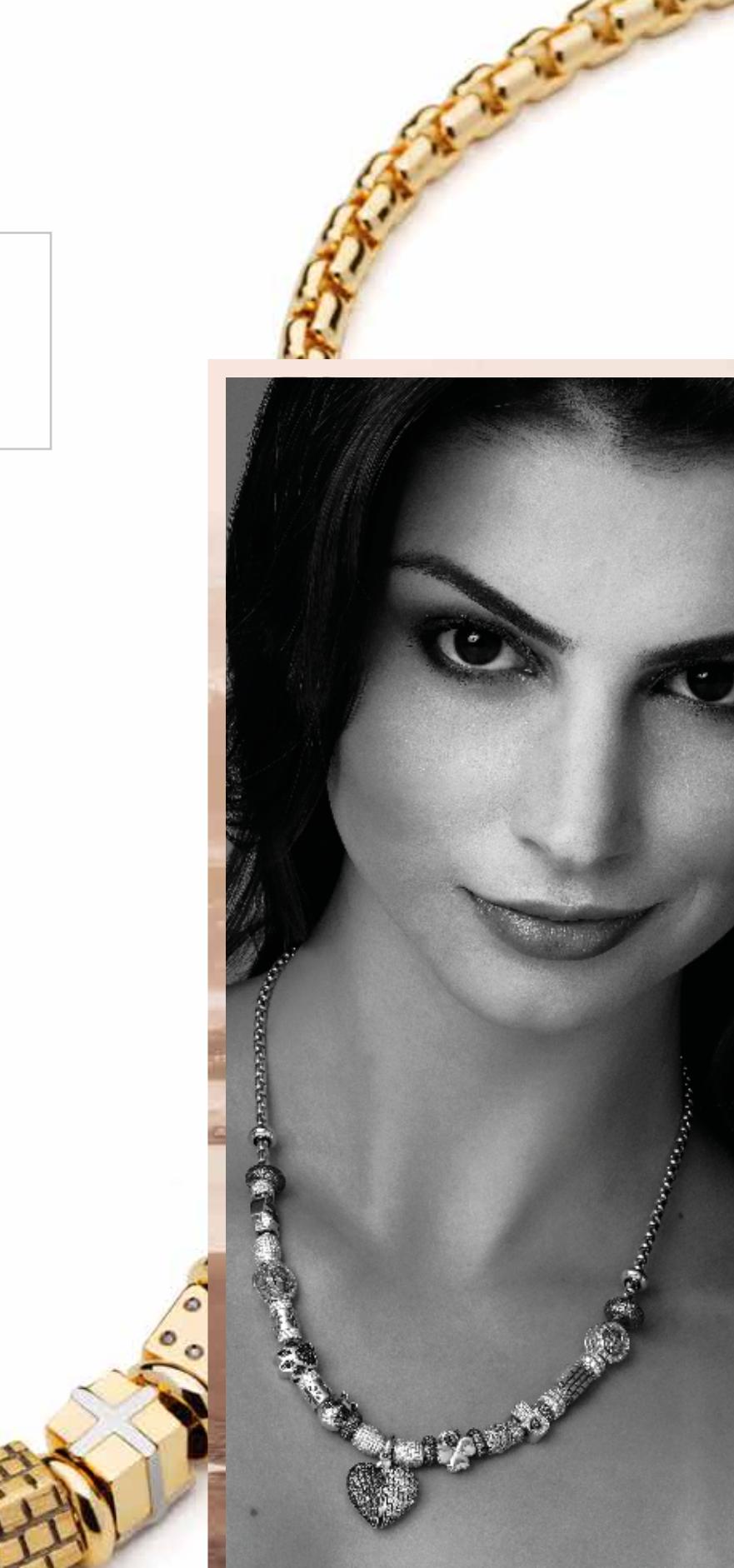
Aproveite cada momento!  
Aproveite cada momento! Cada dia que se vive é especial.



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



 Senha



# Senha

AMAGOLD  
OURO CERTIFICADO



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

+55 17 3222 3562

f /senhametais

o @senhametais



MARKETING

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

A estratégia aumenta os pontos de contato entre o cliente e a loja.  
Vale investir nessa ideia!

## Como utilizar o Marketing 360º a favor da sua joalheria

O mundo pós-pandemia gira numa velocidade ainda mais rápida. Não basta mais um anúncio bonito em uma revista de moda para vender joias. É preciso ampliar e manter um diálogo próximo e consistente com os clientes em diversos canais. Como dar conta disso tudo? O marketing 360º pode ser a resposta. A estratégia que expande os canais de comunicação e pontos de contato com o cliente, ampliando de forma significativa o alcance das campanhas da empresa.

De forma resumida, pode-se dizer que se trata de um complexo e eficiente conjunto de ações de marketing a partir de uma mesma campanha, que estarão presentes em todos os meios de comunicação online e offline que seu público alvo possa estar. Aplicado na prática e de forma estratégica, o marketing 360º tem o poder de potencializar as mensagens e fazer com que elas ganhem muito mais força e impacto.



Pense na campanha de fim de ano da sua joalheria. Em vez de apostar em apenas um canal, através do marketing 360º, a campanha figuraria de forma simultânea nas redes sociais, plataformas de conteúdo, televisão, outdoors e catálogos. Desse modo o poder de comunicação da sua marca se expandiria, multiplicando os resultados e atingindo muito mais visibilidade.

Para Samara Araújo, estrategista digital de negócios e professora de marketing digital e vendas, quando essa estratégia é bem empregada, são esperados os seguintes

benefícios: valorização da marca, destaque entre a concorrência, melhora do relacionamento com o cliente e sua fidelização.

A especialista afirma que qualquer empresa que deseja ser vista precisa estar no máximo de canais e redes possíveis. Segundo a especialista, a estratégia não só gera conversão em vendas, mas também contribui para o branding da marca, tornando-a mais reconhecida. “Aplicar estratégias de marketing efetivas em diversos canais e plataformas possibilita a criação de campanhas mais alinhadas com a necessidade da persona”, esclarece.

“*Aplicar estratégias de marketing efetivas em diversos canais e plataformas possibilita a criação de campanhas mais alinhadas com a necessidade da persona.*”





**“ Não adianta expandir o ponto de comunicação se a mensagem não está sendo assertiva com o cliente em potencial, se não está gerando envolvimento e vendas. ”**

## Como ter sucesso usando essa estratégia

Para que a adoção da estratégia seja bem sucedida é preciso ter discernimento e estabelecer, de forma clara, quais são os objetivos da marca a curto, médio e longo prazo. “É importante entender em que momento o negócio está, se faz sentido para ele adotar a estratégia e se os resultados que ela pode trazer convergem com os objetivos traçados para a marca no momento da sua aplicação”.

O marketing 360°, por figurar em meios de comunicação diferentes e com particularidades, necessita de investimento em pessoal e material. Por isso, as joalherias precisam avaliar se possuem os profissionais e meios necessários para apostar na expansão comunicacional que essa estratégia oferece.

Samara Araújo chama a atenção para o fato de que, como cada negócio é particular, não necessariamente é preciso adotar uma estratégia porque ela está em alta. Para a estrategista digital, o mais importante é traçar os objetivos da sua joalheria e pensar se a adoção da estratégia faz sentido para você.

Se o marketing 360° faz sentido para sua empresa, é importante se atentar à individualidade de cada canal, pois

a forma como a persona consome conteúdo no Instagram não é a mesma que consome no YouTube ou TikTok, por exemplo. A construção narrativa e imagética, linguagem, formato de conteúdo e edição precisam ser diferentes em cada meio que se faça presente.

Assim, as particularidades e possibilidades de cada plataforma precisam ser levadas em conta ao construir a estratégia, adaptando-a a cada rede e canal.

Outro ponto importante a ser levado em consideração, ao adotar a estratégia, é se atentar à mensagem que será passada. Segundo a professora, é preciso humanizar e pensar fora da caixa. A mensagem precisa impactar e gerar identificação com a persona, para que desperte nela o desejo de adquirir seu produto e o universo da marca.

“Não adianta expandir o ponto de comunicação se a mensagem não está sendo assertiva com o cliente em potencial, se não está gerando envolvimento e vendas”. Tocar as pessoas através da mensagem precisa ser o objetivo ao avaliar qual estratégia adotar, e se ela pode estar presente em diferentes meios, de forma integrada e estratégica, e se isso faz sentido para o seu negócio, melhor ainda. ●



## Infantil



PIR2575

PIR2694



PIR310

## Piercing



PI1993



AN2832



PI1868



BR2559

PIC2701  
PI1998  
PI1999

PI2579



BR2666



NT1644



PI1787



BR555



BR1233



BR2806

GAR1233

## Adulto

D'Inardini  
0750



Com o fechamento de lojas físicas durante a pandemia, as vendas online despontaram como saída para driblar a crise no setor joalheiro

## Venda de joias começa a decolar na internet

Por Clara Lemos

Se antes da pandemia o setor joalheiro via no comércio online uma série de restrições, passados quase um ano e meio de crise com o Covid-19, a realidade é bem diferente. O varejo de joias na internet ganhou novos investimentos e já começa a render frutos.

De acordo com o relatório de 2.020 da Recovery Insights Mastercard, o e-commerce no Brasil teve uma expansão de 75% em 2.020, em razão da pandemia e medidas de distanciamento social. Muitas joalherias se adaptaram ao ambiente online e conquistaram uma presença digital satisfatória.

Para se ter ideia desse crescimento, a segunda maior fabricante de joias do mundo, a Pandora, dobrou suas vendas na internet em 2.020 investindo significativamente em recursos digitais e plataforma de análise de dados.

A maior rede de joalherias do Brasil, a Vivara, também apresentou crescimento acelerado em vendas por meio de canais digitais. Segundo dados disponibilizados pela empresa no Relatório de Resultados do primeiro trimestre de 2.021, as vendas digitais expandiram 160,2% no período em comparação ao mesmo período de 2.020, o que representa 21,4% de participação nas vendas totais da companhia. A rede esclareceu que o sucesso de vendas no ambiente digital reflete os investimentos estruturais empreendidos para aumentar a relevância dos seus canais online. O projeto “Joias em Ação” é uma dessas medidas, que consiste em oferecer ao cliente consultoria por meio do WhatsApp, visando uma abordagem mais assertiva e direcionada para fechar a venda, informou a Vivara.

A empresa registrou retração de 10,6% nas vendas das lojas físicas no primeiro trimestre de 2.021, em razão das medidas de isolamento social e fechamento do comércio. Mesmo



diante desta dificuldade, a Vivara relata que, com a integração dos canais físico e online, registrou crescimento de receita. E completa que o e-commerce contribui para neutralizar, em parte, o efeito dos fechamentos. Tal perspectiva demonstra que o investimento em vendas digitais é importante em momentos de crise ocasionadas pela pandemia do Coronavírus.

### Sinergia entre o canal físico e online

Uma das maiores redes de joalherias do Brasil, a Monte Carlo, também possui uma experiência positiva com vendas virtuais durante a pandemia. Segundo o gerente de e-commerce da marca, Luiz Henrique Shiro, no período de fechamento das lojas físicas da joalheria no início da pandemia as vendas online quadruplicaram em relação ao mesmo período pré-pandêmico. Com a reabertura das lojas, o volume de vendas continuou positivo, com aumento superior a 100% de vendas, o que demonstra a sinergia entre vendas presenciais e online. Para Shiro “esses dois canais de venda se potencializam, trabalham em conjunto e reforçam ainda mais nossa estratégia omnichannel”.

Ainda segundo o gerente de e-commerce, apesar do aumento significativo de vendas online nos últimos dois anos, elas não foram capazes de substituir o volume de vendas presenciais perdidas quando as lojas estavam fechadas. Para ele, ainda há um importante caminho a seguir para aumentar as vendas no e-commerce, levando em conta o comportamento do consumidor nos últimos meses. A marca está investindo na qualificação deste canal de vendas, apostando em estratégias como investimento em Marketing Digital e CRM, buscando a aquisição de novos clientes e a retenção dos clientes já adquiridos.

Outros investimentos que a Monte Carlo considera importantes quando se trata de vendas online são em omnichannel, com todas as lojas integradas ao e-commerce, como o estoque, ou a consultoria digital através do WhatsApp que o cliente consegue acessar a partir do site da marca. Além disso, a joalheria considera importante a experiência de navegação do cliente no site, prezando por uma jornada fluida e que atenda às suas necessidades. Há também a possibilidade de realizar a retirada na loja física no mesmo dia, ou solicitar a entrega imediata do produto da compra online.

A Monte Carlo planeja a abertura de lojas no interior de Minas Gerais, em cidades como Uberlândia e Juiz de Fora, medida que faz parte da estratégia de expansão da marca, tomada ao perceber o potencial de praça existente nessas cidades a partir das vendas realizadas no e-commerce. Para chegar a tal conclusão foram levados em conta o perfil do cliente que frequenta e compra no site e os indicadores de engajamento com a marca.

## Vitrine expandida e aumento de vendas

A FARFETCH, plataforma líder mundial no mercado online de moda de luxo, também observou o aumento no volume de vendas de joias durante a pandemia em sua atuação no Brasil. Segundo o vice-presidente da plataforma na América Latina, Daniel Funis, a plataforma registrou crescimento de 60% nas vendas de joias e relógios entre os meses de abril e julho de 2.020 no Brasil. Outros indicadores positivos foram o aumento de visitas na página de joias em 11% no primeiro semestre de 2.021, o que mostra o interesse crescente pela categoria. A estimativa da empresa é dobrar as vendas de joias neste ano.

“*o consumidor está procurando por itens duráveis e que possam passar por gerações, que é o caso das joias, e estão abertos a adquiri-las online, onde encontram variedade de produtos e marcas, opções de pagamento e preço.*”



Para Funis, “estamos caminhando em direção à essa meta, já que o aumento de novos clientes e a busca por compras locais (devido à restrição de viagens) impulsionaram o e-commerce como um todo”. Ainda segundo o vice-presidente, o consumidor está procurando por itens duráveis e que possam passar por gerações, que é o caso das joias, e estão abertos a adquiri-las online, onde encontram variedade de produtos e marcas, opções de pagamento e preço.

Outros pontos relevantes observados por ele sobre a venda de joias online foram o fato de os clientes interagirem mais nos canais de contato em busca de características do produto, composição e tamanho, e que as datas sazonais são relevantes para a categoria, como o Dia das Mães e dos Namorados. Nestas datas, a busca por consultorias para encontrar o presente ideal se mostrou mais frequente. A FARFETCH apresenta o serviço de curadoria de joias para seus clientes. Entre eles figura uma seleção de marcas como Sauer, Jack Vartanian, Anoushka, Delfina Delettrez, Aron & Hirsch e Tag Hauer.

A partir de todas essas experiências positivas vivenciadas por grandes nomes do setor joalheiro no e-commerce, as perspectivas de vendas de joias online no presente e futuro são animadoras. Com pé no chão e sem exageros, já podemos afirmar que, embora ainda sejam necessários investimentos, vender joias pela internet deixou de ser apenas uma alternativa para se tornar um bom negócio. •



JOIELLO  
AMAGOLD

✉ [comercial@joiello.com.br](mailto:comercial@joiello.com.br)  
🌐 [catalogo.joiello.com.br](http://catalogo.joiello.com.br)  
👤 [Joiello](#) ☎ +55 51 998 673 714



Choker  
2JP9029

R  
ACO0698

S  
ACO0697

M  
ACO0698

Colar  
2JP9008

The logo for Biwa, featuring the brand name in a stylized, yellow, handwritten font.

www.biwa.com.br



Choker  
2JP9095

Colar  
2JP9028

Pulseira  
2JP8826

Biwa

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

Choker  
2JP9011

Pulseiras  
2JP9012  
2JP9013





Choker  
2JP8966

Pingente  
ACO0672

Colar  
2JP9064

Pingente  
ACO0696

Escapulário  
2JP9017

Colar  
2JP9020

Choker  
2JP9099

Pulseira  
2JP9100

Anel  
2JP9101

Biwa

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





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

Choker  
2JP8760

Pulseira  
2JP8764



**Biwa Showroom**

Telefone +55 (11) 3062-3974

WhatsApp +55 11 994335541

vendas@biwa.com.br

**Biwa na Barão**

Rua Barão de Paratiapacaba, 40

1º andar - Lg. 11/12

Telefone +55 11 3107-1518

WhatsApp +55 11 998162432

biwabarao@biwa.com.br

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

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

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



Choker  
2JP9097

Colar  
2JP9102



Pulseira  
2JP9103



Anel  
2JP9104



## Pulseira mística volta a ser hit entre os fashionistas, a Shambala!

Misticismo, energização e proteção são os sinônimos da Shambala, que voltam a ser o hit dos fashionistas. A Biwa apresenta novos modelos da nova queridinha do mercado!

As shambalas, pulseiras inspiradas no terço budista, se tornaram febre nos anos 2.010 e agora retornam com ainda mais força! Como sempre acontece no mundo da moda, a tendência volta a inspirar, mas vem repaginada e mais interessante.

Além de levantar o look, a shambala é usada em função de sua ligação com a proteção do cosmo. De acordo com a tradição budista, a joia representa a união do homem com energias positivas do sagrado. Por isso são eficientes em proteger e energizar quem a usa.

A Biwa resgata essa tendência e relança uma linha especial com diversas pedras preciosas facetadas para esse retorno triunfal que conferem a ela um estilo mais minimalista, elegante e contemporâneo.

O diferencial da Biwa está na diversidade de pérolas, gemas e acessórios em prata e ouro resultando em inúmeras combinações em cores e significados para que o seu cliente possa escolher aquela que mais combina com o seu momento de vida!

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

### Confira aqui o significado de algumas gemas:

**Ágata verde:** Ajuda no equilíbrio físico e mental, protege contra energias negativas, tonifica e revigora o corpo, além de despertar a consciência.

**Ágata preta e branca:** Protege contra perigos físicos.

**Ametista:** Uma das melhores pedras para meditação por possuir raio violeta, pode ser utilizada a fim de induzir um estado meditativo. Também ajuda a transmutar energias, emoções e pensamentos negativos em positivos.

**Hematita:** Importante elemento no processo de cura, pois alivia a dor e cura feridas.

**Lápis-lazúli:** Purifica o sangue, fortalece o sistema imunológico e também auxilia no tratamento contra depressão.

**Olho de Tigre:** Centraliza as energias e ajuda a mente a focar em seus objetivos.

**Turmalina:** Utilizada para meditação, purifica e fortalece o sistema nervoso, além de aumentar a capacidade de proteção e manifestação dos desejos.

**Turquesa:** Ajuda a dominar o ciúme e a infidelidade, aplaca o ódio e alivia enxaqueca. •



**Piubela**

@PIUBELAOIAS

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

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

# A nova Era do Ouro

Confira o que está agitando o mercado joalheiro!

É fato: o mundo sacudiu, mas o ouro continua inabalável! O metal voltou a brilhar mais forte do que nunca em tempos de turbulência. Depois de altos e baixos nas últimas 5 décadas, o ouro está tendo outro grande retorno.

A pandemia empurrou os investidores para a commodity como um porto seguro, elevando o preço. Agora que o mundo esboça um certo controle da pandemia com as vacinações ganhando força, o ouro está recuando para níveis mais estáveis. Segundo especialistas, o momento

é perfeito para as joalherias começarem a aumentar a variedade de joias de ouro novamente.

O metal tem colecionado destaque em revistas de moda e já coleciona fãs entre celebridades e influenciadores digitais. Como os diamantes não andam lá tão acessíveis, as joias confeccionadas em ouro amarelo ganham ainda mais visibilidade.

Para aproveitar essa onda, vale investir em peças leves, mas de visual impactante e arrojado. Com certeza suas clientes irão amar essa tendência fashion e poderosa.

## Nova coleção de alta joalheria da Cartier explora o sexto sentido

Alta joalheria é pura inspiração para quem ama o mundo das joias e, em se tratando da Cartier, também é uma verdadeira aula de design e inovação. A grife lançou sua nova coleção e mostra como ousar e combinar texturas, cores e materiais.

Chamada, Sixième Sens (sexto sentido), a linha apresenta joias maravilhosas que ostentam ornamentações geométricas, texturas contrastantes e outros padrões visuais que exibem ilusões de ótica e temas de design gráfico.

Entre as sete peças desta coleção, o colar Pixelage, que é descrito por Cartier como uma brincadeira estilizada com o casaco da famosa Pantera usada em suas joias e relógios por mais de 100 anos. Como o nome sugere, ele também pode ser concebido como uma imagem pixelizada do icônico animal. Os ônix polidos, assim como os diamantes brancos, amarelos e laranjas representam a espessura da pele, com seus reflexos dourados destacados por três topázios dourados totalizando 27,34 quilates. Um luxo arrebatador.



The Pixelage necklace  
Foto: Divulgação Cartier

Foto: Divulgação Bvlgari



## Magnifica, a nova coleção da Bvlgari

Se depender das grandes grifes como a Bvlgari, o mundo das joias continuará glamouroso e inspirador. Nem a pandemia fez a casa abrir mão do luxo e do requinte. A marca italiana apresentou sua nova coleção de alta joalheria e relógios, batizada de Magnifica 2.021.

Entre as novidades se destaca um poderoso colar com turmalinas paraíba, que surgem esplendorosas ao lado de esmeraldas e diamantes (olha aí uma tendência para ficarmos de olho!). Toda essa beleza vale o peso dos cerca de 500 quilates em gemas cravejadas no colar.

Segundo comunicado da Bvlgari, algumas joias são tão complexas que exigiram mais de 2.500 horas de trabalho manual. Não por acaso, a coleção é considerada uma das mais engenhosas já criadas pela marca.

## Gucci retoma o glamour hollywoodiano

As grifes de luxo mostraram que a tendência “desejo de vingança” vem mesmo carregada de requinte. Evocando o glamour de Hollywood, a Gucci lança a coleção Hortus Deliciarum, uma explosão de brilho, sofisticação e gemas poderosas.

A linha apresenta joias divididas em quatro temas inspirados na beleza do mundo natural, com suas paisagens deslumbrantes e irretocáveis. Para representar as forças da natureza, a marca usa e abusa de gemas selecionadas a dedo, com alto poder de brilho e impacto visual. São de tirar o fôlego! •



Foto: Divulgação Gucci Alta Joalheria

GRUPO  
**ILUMINI**  
JOIAS



**Turmalina Paraíba:  
Um tesouro brasileiro.**

A exclusividade de seus tons e a presença do cobre e do manganês em sua composição tornam a Turmalina Paraíba diferente de qualquer outra pedra preciosa.

Frequentemente encontradas nessa gema, as cores verde esmeralda, azul celeste, azul safira, índigo, violeta e roxo contam com o fascinante efeito neon, o que faz dessa gema um verdadeiro tesouro.

Descoberta, recentemente, na década de 1980, no estado da Paraíba, hoje a incidência dessa preciosidade também ocorre no continente africano. No entanto, o Brasil é reconhecido mundialmente como principal referência desta gema, devido a quantidade e variedade de turmalinas produzidas. Nos dias de hoje, são encontradas de forma escassa e em pequeno tamanho, a transformando em uma pedra cada vez mais rara.



Peças em ouro 18k  
Turmalina Paraíba e Brilhantes

GRUPO  
**ILUMINI**  
JOIAS

# 5 tendências das passarelas que vão bombar em 2.022

Inspire-se e comece a programar suas próximas coleções de joias

Por mais que se diga que moda é ter estilo, tanto as marcas que atendem o público feminino, quanto as próprias mulheres, adoram conhecer e – por quê não? – pegar carona nas tendências.

Em se tratando do mundo do luxo, as influências vêm direto das passarelas internacionais. O que se destaca nos Fashion Weeks internacionais é o que acaba bombando nas vitrines e conquistando as ruas.

É desse universo que saem as previsões do que o consumidor deverá escolher para comprar. A partir das roupas, as tendências transbordam para as joias e acessórios e, por isso é tão importante para os varejistas ficarem ligados e conhecerem previamente o que está vindo pela frente.

Então vamos lá saber quais são as tendências que estão aportando para o próximo ano? Confira!

## Conjuntinhos

Em 2.022, não haverá como escapar dos conjuntos combinados. Eles são as maiores tendências para as próximas temporadas. Foram vistos em vários desfiles internacionais, da Chanel, que está super investindo em roupas clássicas de tweed com um toque punk, passando pela Dior, que adotou os conjuntinhos esportivos de duas peças, até a Versace, que vem com tudo em cores vibrantes.

Indicação de joias: Para quebrar o rigor imposto pelos conjuntinhos, vale investir em peças minimalistas de ouro amarelo, sem gemas, com design contemporâneo.

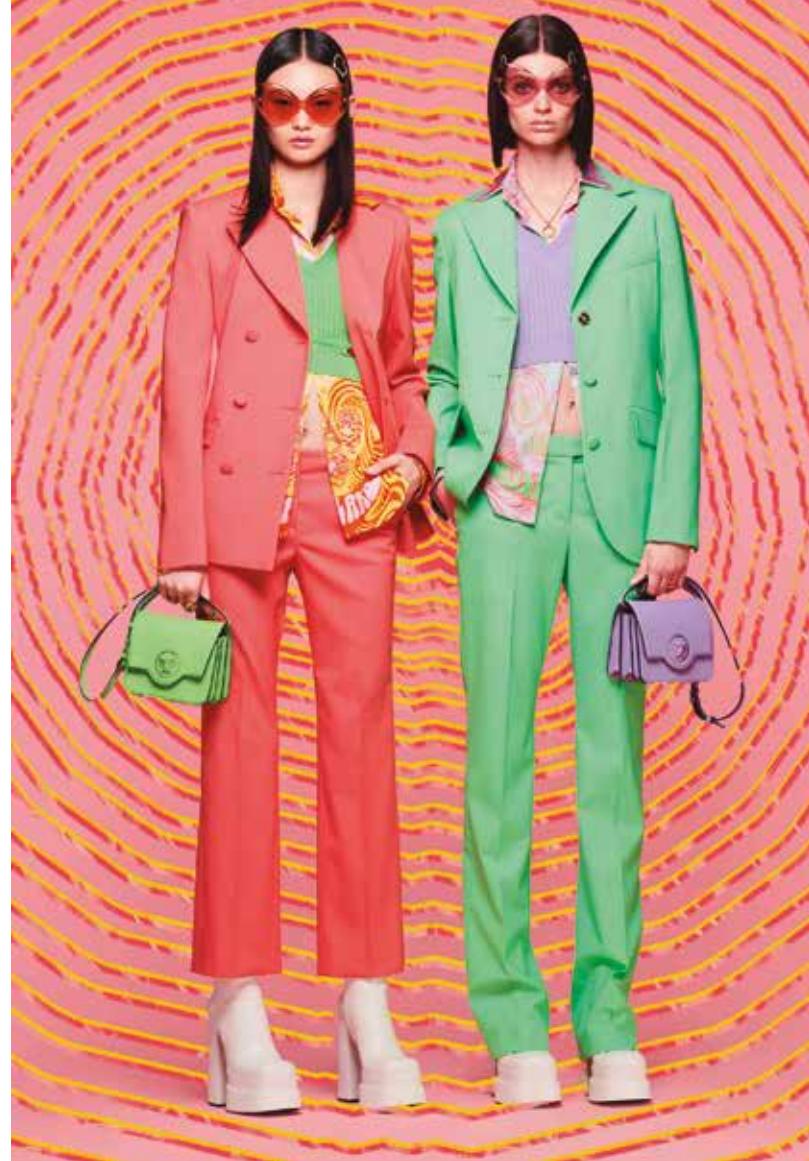


Foto: Divulgação Versace

Foto: Divulgação Louis Vuitton Cruise 2.022



## Multi estampas

Gosta do tie-dye, mas não abre mão do floral e tem paixão pelo animal print? Não precisa mais sofrer. A moda permite juntar tudo isso e mais alguma coisa em looks multi estampados. Os desfiles de moda mostraram que os estilistas estão investindo nessa onda para criar composições psicodélicas repleta de cores, padrões e muita personalidade.

Indicação de joias: nesse portal as joias podem ser o foco central. Para isso, explore peças monocromáticas, ou só de metal (branco ou amarelo), ou com gemas.



Foto: Divulgação Louis Vuitton

## Preto e branco

O tempo passa, mas o preto e branco sempre ficam. O retorno desse clássico faz a alegria das mulheres sofisticadas e que cultuam a elegância sóbria de Coco Chanel. Como a diva icônica da moda ensinou, nada nunca pode dar errado tendo essa dupla de base.

**Indicação de joias:** Quer requintar e atualizar esse clássico? Coloque boas joias de pérola com design contemporâneo. Quer causar e mostrar personalidade? Combine com peças exuberantes com gemas de impacto. Rubis funcionam muito bem com o pb, mas as peças com turmalina paraíba e as esmeraldas levariam o look a outro patamar.

## Mangas bufantes

Não adianta bater o pé. As mangas bufantes estão em alta e vão continuar ainda por um bom tempo! Essa tendência atende perfeitamente a necessidade de valorizar a parte superior do look, principalmente em encontros virtuais, onde nada mais tem como se destacar. As estruturas deixam os ombros mais imponentes, além de bem femininos.

**Indicação de joias:** Use e abuse de colares, que podem ser justos ao pescoço ou semi longo. Brincos são super bem-vindos também, mas como há excessos de tecido nos ombros, vale fazer um contra ponto com brincos pendurados, que deixam a imagem mais alongada.



Foto: Divulgação Dior

Foto: Divulgação Dior



## Correias

Se você anda curtindo uma vibe mais utilitária, saiba que não está sozinho. Louis Vuitton e Dior estão com você. Em sua última coleção, as grifes apresentaram looks repletos de tiras com ajustes. Os acessórios não servem para ajustar nada, apenas para embelezar as peças com um toque de streetwear. São puro charme!

**Indicação de joias:** Que tal apostar em pingentes, brincos, braceletes, colares e gargantilhas com pegada mais arrojada e urbana? Chokers e mix de brincos e falsos piercings também ficam incríveis com looks nesse estilo. Aposte! ☀



G  
**GUINDANI**

51 3227 5512 | [www.guindani.com.br](http://www.guindani.com.br)

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



# Bom humor e imunidade: Uma forma de resiliência emocional para a retomada

Leila Navarro

O bom humor é, antes de tudo, uma forma de imunidade mental e a expressão de que o corpo está bem



Não preciso convencer ninguém da importância que o bom humor e o riso têm na vida da gente, mesmo nos momentos mais difíceis, como esse que estamos passando. Estudos científicos comprovam que o riso diminui o estresse, estimula o sistema imunológico, protege contra doenças, acelera o coração, oxigena o corpo e pode até queimar calorias. O riso provoca a liberação de endorfina, substância que produz a sensação física de prazer e bem-estar.

Ninguém pensa ao dar uma gargalhada! Não dá para rir e chupar cana ao mesmo tempo, ou será que é, não dá para chupar cana e cantar ao mesmo tempo? Não importa! O que quero dizer é que não dá para pensar e rir ao mesmo tempo. A risada nos leva para um outro lugar, é como se nos transportasse para uma outra dimensão.

Sendo assim, ouso dizer, que a risada é como se fosse uma “meditação” divertida, que vai acalmando a mente e esvaziando o cérebro. E logo após disso, fica difícil voltar imediatamente com os pensamentos negativos ou tensões de raiva por exemplo. Tudo passa a fluir de maneira mais plena! Entende?

A vibração do riso é uma massagem para o corpo e emana boas energias ao Universo. Em minhas palestras motivacionais, costumo praticar a Terapia do Riso com o público ouvinte. Os mentores da Universidade da Yoga do Riso (Índia) defendem que os exercícios da terapia do riso podem ser bons para uma série de problemas do aparelho digestivo, equilibrando as irregularidades de uma alimentação desregulada, além de diminuir o estresse e tensões do corpo.



# ABFUCS

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

ABF.EXPORT@HOTMAIL.COM





Nossa Leila, mas tem como manter o bom humor nesse momento tão caótico, onde a ansiedade reina? Como manter o bom humor e a satisfação com o trabalho vivendo uma pandemia que não tem data para acabar? Como encorajar minha equipe diante de tanta incerteza? Como manter os colaboradores auto motivados em meio a tanta mudança, ansiedade, perdas e problemas financeiros? São essas e outras inúmeras dúvidas que recebo neste momento, por parte dos líderes das empresas. O bom humor e uma imunidade mental é a base para resiliência emocional. Quando temos esse tipo de imunidade, conseguimos nos tornar observadores dos nossos próprios pensamentos e sentimentos. Sabemos o que não queremos e o que realmente importa. Não mantemos em nossa mente o que não desejamos ver em nosso mundo.

**“ Viktor Frankl já dizia: Quando não podemos mais mudar uma situação, somos desafiados a mudar a nós mesmos. ”**

Viktor Frankl já dizia: Quando não podemos mais mudar uma situação, somos desafiados a mudar a nós mesmos. E agora, mais do que nunca, é essencial encontrar maneiras criativas de nos acalmarmos quando nos sentirmos estressados e com a saúde mental abalada. Independente do seu contexto social e econômico, só você têm o poder de controlar seus pensamentos e emoções. Aliás, é apenas isso que podemos controlar, pois o restante são incertezas. Que tal navegar sob essas incertezas com mais equilíbrio e bom humor? •



Leila Navarro atua no mercado de motivação há mais de 20 anos, já atingiu mais de 2 milhões de espectadores em suas palestras motivacionais e é autora de 16 livros.  
[www.leilanavarro.com.br](http://www.leilanavarro.com.br) - Instagram: @leilanavarrooficial



**PAIXÃO**  
PEDRAS.COM

**LANÇAMENTO  
TURMALINAS  
RAINBOW DA PAIXÃO**



+55 (31)99783-8845  
[comercial@paixaopedras.com.br](mailto:comercial@paixaopedras.com.br)



Nossa reputação é tão forte

GERONI

quanto nossos diamantes



*GURU*



(55 11) 3088-3198

(55 11) 3060-9186

(55 11) 3061-3990

[guru.sunil@hotmail.com](mailto:guru.sunil@hotmail.com)

@gurugems





*GURU*



(55 11) 3088-3198  
(55 11) 3060-9186  
(55 11) 3061-3990  
[guru.sunil@hotmail.com](mailto:guru.sunil@hotmail.com)  
[@gurugems](https://www.instagram.com/gurugems)



GURU



(55 11) 3088-3198

(55 11) 3060-9186

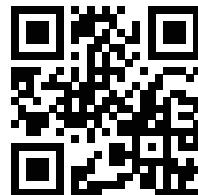
(55 11) 3061-3990

[guru.sunil@hotmail.com](mailto:guru.sunil@hotmail.com)

@gurugems



“ Não se pode atribuir culpa ou colocar responsabilidade de qualquer uma das empresas envolvidas, mas os ativistas e a sociedade entendem que as joalherias têm responsabilidade nesse processo e não podem ignorar esses fatos. ”



bit.ly/2p0CjOR

f /associacaoabramp

@abramp.oficial



Associação Brasileira de Metais Preciosos

O grande desafio da joalheria: limpar o ouro, um mineral de conflito

## Precisamos falar sobre sustentabilidade

Desde que foi descoberto o ouro encanta a humanidade, mas agora esse brilho está em xeque. Pela primeira vez na história o metal tem sido visto com ressalvas pelas gerações mais novas e por alguns grupos da sociedade. O motivo é claro: a preocupação ecológica e ética referente à produção do mineral.

Na Europa e nos Estados Unidos cada vez mais as joalherias têm sido pressionadas por prestar esclarecimentos sobre a procedência do ouro que utilizam em suas joias. Para se ter ideia, o documentário River of Gold, que soa o alarme sobre a terrível ameaça da mineração de ouro ilícita e

não regulamentada para a Floresta Amazônica, está disponível em plataformas de streaming em vários países e cada vez alcança mais público.

No Brasil, essa questão começa a gerar desconforto, exigindo dos empresários do setor mudanças de atitudes. Hoje é impossível de rastrear o ouro, uma vez que chega ao mercado global de commodities, que é onde muitas joalherias obtêm o metal, sem saber se ele é legal ou não. Por conta disso, não se pode atribuir culpa ou colocar responsabilidade de qualquer uma das empresas envolvidas, mas os ativistas e a sociedade entendem que as joalherias têm responsabilidade nesse processo e não podem ignorar esses fatos.



Recuperação de área após mineração na Alemanha

## Trabalhando em busca de soluções

A ABRAMP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE METAIS PRECIOSOS - entidade sem fins lucrativos, que congrega os interesses comuns de instituições, profissionais autônomos e investidores ligados ao mercado de metais preciosos, tem atuado para transformar esse sinal de alerta em oportunidades para as empresas do setor.

Na visão da entidade, a resolução desse problema exige a colaboração entre as entidades, comunidades de mineração, governos, indústria e varejo de joias. Com a mobilização de toda cadeia, é possível e viável transformar o ouro em uma fonte de meios de subsistência sustentável da qual as comunidades podem usufruir, manter sustento e ainda assim preservar o meio em que vivem.

Segundo o presidente da entidade Roberto Soares da Silva, a falta de informação qualificada tem impedido

a tomada de decisões mais assertivas. “É fato que a mineração ilegal tem padrões muito mais baixos do que a mineração autorizada, que é tecnologicamente mais avançada. Por essa razão a ABRAMP vem atuando para levar cursos e treinamentos aos garimpeiros, de modo que eles passem a conhecer, respeitar e atuar de maneira legal e sustentável. Agora precisamos organizar a indústria e o varejo de joias para colaborarem com essa questão”, explica o executivo.

A exemplo de grandes marcas, como Tiffany e Cartier que já se posicionaram frente à questão do ouro legal, o varejo e a indústria joalheira pode se comprometer com a aquisição do ouro de forma responsável.

Vamos conversar mais sobre isso? Venha conhecer a ABRAMP e saber de que forma podemos contribuir para que o seu negócio se torne ainda mais ético e sustentável. •

“ É fato que a mineração ilegal tem padrões muito mais baixos do que a mineração autorizada, que é tecnologicamente mais avançada. Por essa razão a ABRAMP vem atuando para levar cursos e treinamentos aos garimpeiros, de modo que eles passem a conhecer, respeitar e atuar de maneira legal e sustentável. ”



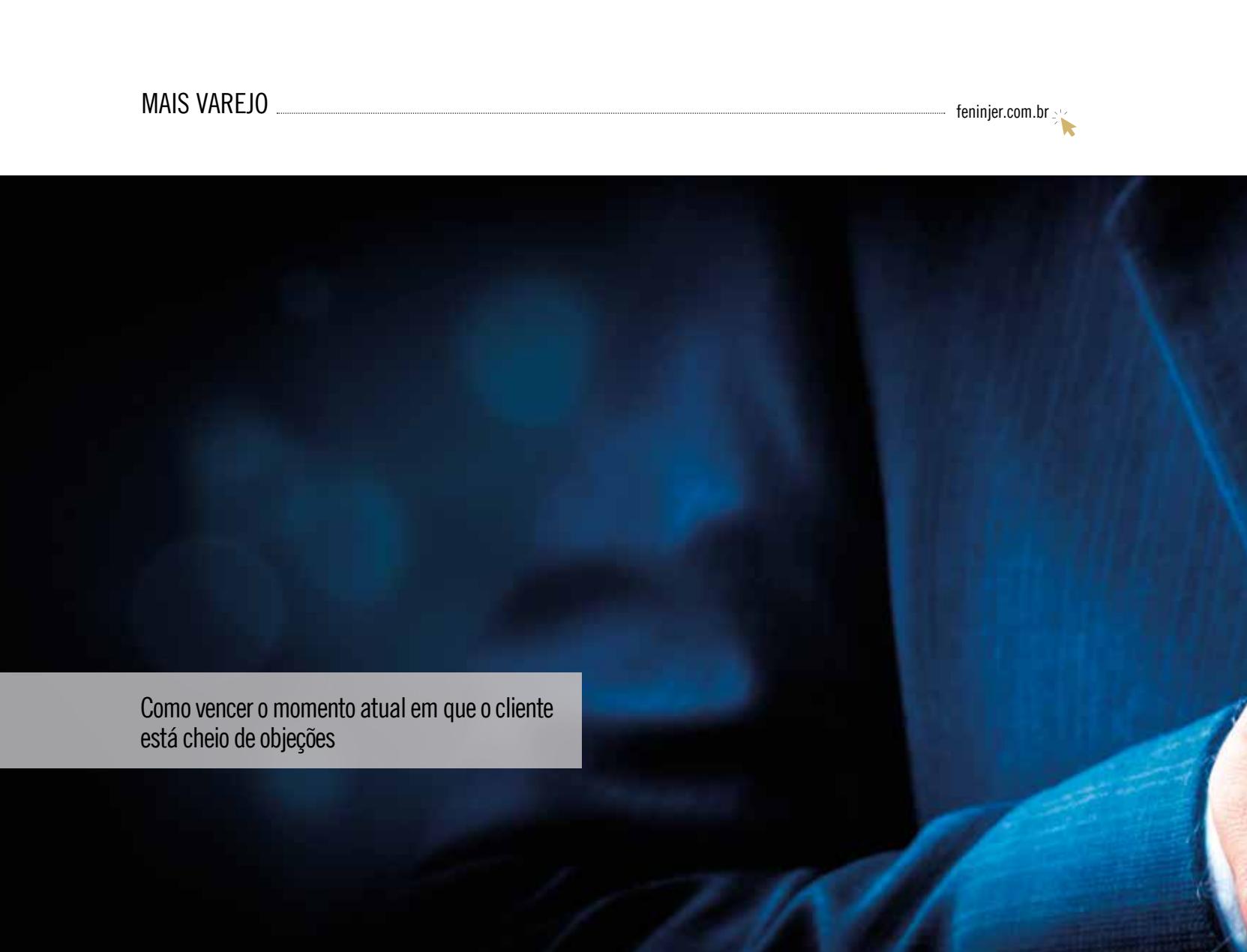
Associação Brasileira de Metais Preciosos



[bit.ly/2pOCjOR](https://bit.ly/2pOCjOR)

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

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



Como vencer o momento atual em que o cliente está cheio de objeções

# Estratégias para combater a objeção ao preço

Marcelo Ortega

Muita gente que vende produtos “caros” e vive no mercado intitulado “do luxo”, sofre com momentos de crise. A pandemia fechou lojas, tirou empregos, reduziu investimentos e deixou até o rico, menos rico em muitos casos. O dinheiro não some, mas muda de mãos ou é segurado com toda a força por quem o tem, que se preocupa em comprar aquilo que não é realmente essencial.

O mercado joalheiro que o diga. Muitos vendedores de joias estão penando para manter seu volume de vendas de antes, porque especialmente existem dois fatores:

1 – O cliente não quer gastar em produtos assim em tempos de recessão.

2 – O vendedor não sabe como vencer a objeção a preço, que fica mais forte nessa hora.

“*A pandemia fechou lojas, tirou empregos, reduziu investimentos e deixou até o rico, menos rico em muitos casos. O dinheiro não some, mas muda de mãos ou é segurado com toda a força por quem o tem, que se preocupa em comprar aquilo que não é realmente essencial.*”



Costumo dizer que não adianta vender mais como antes. Velhos métodos de esperar o cliente vir até você pode te deixar em maus lençóis. Tradicionalmente, quem vende produto de alto valor, tem que inspirar sucesso mesmo em tempos difíceis. Têm que se desconectar da crise, agindo como se o mundo lá fora não estivesse afetando sua vida e a vida de seus clientes.

Quem tem e pode pagar pelo luxo, não quer ouvir ofertas de preço, de desconto, promoções. Isso desvaloriza a venda pelo intangível. O preço é numerário e números nos remetem ao racional, que não está legal nesse momento de profunda dor e preocupação.

Apesar de tudo, quem vende joias, vende presentes, comemorações de momentos mais que importantes, vende amor, paixão, admiração entre pessoas. A joia é objeto de desejo, em especial para mulheres, que valorizam demais estes artefatos preciosos. Homens também gostam de ter reconhecimento e estilo, e claro, nada melhor para vencer o assunto preço que o status e o apelo principal que remete ao tempo das coisas.

“As melhores coisas não são coisas”, frase de Art Buchwald. Por isso, descrevi aqui um resumo do que fazer para vender algo de muito valor:

1. Esqueça o mundo lá fora. Quem tem poder aquisitivo irá comprar se estiver convencido de que alguns momentos e as pessoas que ama, merecem.
2. Lembre-se que existem clientes que você não conhece, que não te conhecem e não sabem como você pode encantá-los. Então vá prospectar potenciais clientes do perfil adequado, com comunicação específica para este público.
3. Fale em termos de beleza, presentes, status, consagração de uma história de vida, de um momento especial ou de auto presente. As pessoas se sentem felizes em se presentear com objetos preciosos, com algo que lhes dê a sensação de sucesso, especialmente quando faltam boas notícias no mundo lá fora.

4. Valorize os clientes fiéis. Crie ocasiões de relacionamento e ações de marketing para que se lembrem de você e do quanto você surpreende com novidades e produtos que são exclusivos.

5. Movimente sua base de clientes para fomentar indicações. Um cliente que indica é fã e ajuda demais na conquista de outros que podem investir.

6. Vai passar. Já está passando... o mundo em poucos meses volta ao normal, o Brasil está caminhando também, mas até lá, jamais esqueça que o ser humano precisa de reconhecimento, status, autorrealização e valorização das pessoas que ama. O dinheiro serve para realizar isso e muita gente, que você pode acessar ou se manter conectado, vai gostar mais de você, se não falar de problemas, de crise, de dor e preço.

7. Por fim, o melhor jeito de responder objeções a preço é apelar para motivações e permissões mais nobres. Lembre o cliente do que ele realmente valoriza em sua vida, de quem ele é, do momento em que ele presenteará ou usando a joia que você tem a oferecer com exclusividade, quanto vale a apreciação, o amor, o elogio e a sensação de poder que tudo isso irá proporcionar? Por que então adiar essa compra e prescindir de ter tudo isso agora.

Isso vale para quem vende carros importados, mercado de obras de arte, grifes de roupas caríssimas, acessórios etc.

Cada vendedor tem o cliente que merece. Vista-se como um vencedor, fale como tal e terá sucesso.

Pense nisso e boas vendas! •

**“O dinheiro serve para realizar isso e muita gente, que você pode acessar ou se manter conectado, vai gostar mais de você, se não falar de problemas, de crise, de dor e preço.”**



Marcelo Ortega é treinador especialista no desenvolvimento de técnicas e atitudes que determinam crescimento, lucratividade e aumento de produtividade dos vendedores e áreas afins como marketing, atendimento, suporte ao cliente, contact center, pós-venda e relacionamento com clientes internos e externos.

[www.marceloortega.com.br](http://www.marceloortega.com.br) / @marceloortegaoficial



### Basel Preziose

Pingente curto, ear cuff e anel de ouro branco 18k e diamantes

Seleção de joias atemporais  
para agitar as suas vendas

## Confira as novidades dos melhores fabricantes do setor

Chegou a hora de atualizar o seu estoque. Depois de vários meses de incertezas com a pandemia, finalmente já podemos começar a vislumbrar uma temporada mais aquecida nas vendas.

Para não perder as boas oportunidades que estão surgindo nesse semestre, vale investir desde já na atualização das coleções da sua joalheria.

Para aumentar as suas chances de conquistar a atenção dos consumidores, aposte em produtos alinhados às tendências da temporada e também em peças clássicas, daquelas que nunca podem faltar na joalheria.

Confira aqui uma seleção especial para turbinar a sua loja! ↗

### Par Joias

Pulseira de ouro amarelo  
18k e pedras brasileiras



### Par Joias

Pulseira de ouro  
amarelo 18k e zircônias  
da Coleção "Desejos"



### Goldbacker

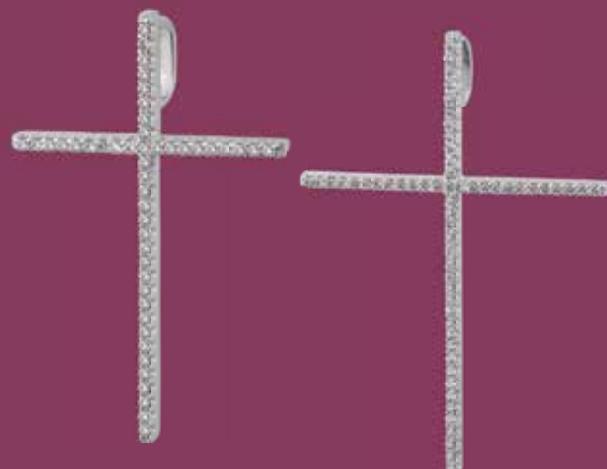
Pulseira de ouro  
amarelo 18k da  
Coleção "Muharib"





### Deri Joalheiros

Par de brinco e anel de ouro branco 18K com turmalina paraíba e diamantes



### Costantini

Pingentes de ouro branco 18k e diamantes



### Senha

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



### Biwa

Anéis riviera de pérola com espinélio, ágata verde, lápis lázuli ou conrindon

### Backer Design – Bright Point

Colar e pulseira de ouro amarelo  
18K da Coleção "Riviera Rainbow"



### Backer Design – Bright Point

Par de brincos de ouro branco  
18K e diamantes



### Grupo Ilumini Joias

Anel de ouro branco 18k, esmeraldas  
colombianas e diamantes





### DRW Joias

Pingente de ouro amarelo 18K, ametista, peridoto, citrino e topázio london blue



### Pelle Gioielli

Pingentes de ouro branco ou ouro amarelo 18K e ródio negro



### Benne Fatto

Anéis de ouro branco 18K, turmalina paraíba ou rubilita e diamantes

Alvorada Joalheiros

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



Denoir

Anéis de ouro amarelo  
18K e diamante



Art'G

Par de brinco e anel de  
ouro amarelo 18k da  
Coleção "Bubbles"



GRUPO

# ILUMINI

JOIAS

Peças em Ouro 18k  
Turmalina Rosa e Brilhantes

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

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

 [@ilumini\\_joias](https://www.instagram.com/ilumini_joias)

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

 (55) 11 3661-8871

 (55) 11 96155-5466

O lado fascinante e pouco conhecido  
da arte que amamos

## A joia e sua face mística

Eliana Gola

As joias são objetos capazes de nos transmitir muito mais que questões de técnicas de joalheria ou seu valor intrínseco, ou até mesmo como objeto de arte. Ela pode transcender o que é palpável e aflorar o lado energético e poder das gemas e metais no âmbito simbólico ou na sua composição química. Além das facetas mais exploradas da joia como o aspecto comercial, o poder do adorno, o sentimental, o histórico, o étnico, ela possui o lado místico.

Muitas vezes sente-se atração especial por uma pedra ou joia que pode ter explicação no misticismo. De maneira simplificada, podemos definir como místico o que nos leva a intuir, aguçar percepções das forças sobrenaturais, uma forma de comunicação com divindades e poderes invisíveis próprios da natureza. Forças místicas, deste modo, estariam atuando sobre as joias, atribuindo à elas o poder de indução de escolha de uma pedra ou peça de maneira inconsciente, quando você ou o ser amado escolhe a joia, o faz provavelmente de acordo com parâmetros arquetípicos milenares.

**“ As gemas sempre tiveram uma aura de mistério espiritual, pela falta de conhecimento científico e imenso fascínio que provocam. Por essas razões, elevaram-se a um patamar de mistério e deram origem a mitos e lendas. Nessa condição as pedras, muitas vezes foram utilizadas como talismã ou amuleto, para proteger o usuário contra o mal, preservar a saúde, afastar fantasmas e miséria. Algumas gemas foram usadas como medicamento por diversos povos antigos até aproximadamente o ano de 1.800. Os métodos de utilização consistiam em ter uma pedra no ambiente para absorver algumas energias e transmitir outras; ou colocar a pedra sobre o membro doente para aplacar a dor. Outra maneira era moer até pulverizá-la para este pó ser tomado ou comido. ”**



No antigo Egito, havia a crença de que a pele dos deuses era feita de ouro e seus cabelos de lápis-lazúli. Para os egípcios, o ouro representava o sol, a origem da energia da vida, provavelmente por seu brilho e cor. A prata representava a lua, certamente por seu brilho e cor no céu noturno. Eles faziam as joias em ouro e prata, principalmente para a vida após a morte, e as pedras mais comumente utilizadas, encontradas na maioria das peças de joalheria são a cornalina que representava a terra, o lápis-lazúli a noite estrelada e a turquesa a água.

As gemas sempre tiveram uma aura de mistério espiritual, pela falta de conhecimento científico e imenso fascínio que provocam. Por essas razões, elevaram-se a um patamar de mistério e deram origem a mitos e lendas. Nessa condição as pedras, muitas vezes foram utilizadas como talismã ou amuleto, para proteger o usuário contra o mal, preservar a saúde, afastar fantasmas e miséria. Algumas gemas foram usadas como medicamento por diversos povos antigos até aproximadamente o ano de 1.800. Os métodos de utilização consistiam em ter uma pedra no ambiente para absorver algumas energias e transmitir outras; ou colocar a pedra sobre o membro doente para aplacar a dor. Outra maneira era moer até pulverizá-la para este pó ser tomado ou comido.

**“ A cor não é um fenômeno físico, o mesmo comprimento de onda pode ser percebido diferentemente por diferentes pessoas, ou seja, cor é um fenômeno fisiológico de caráter subjetivo e individual. Moisés descreveu a ametista como um símbolo do espírito de Deus. ”**

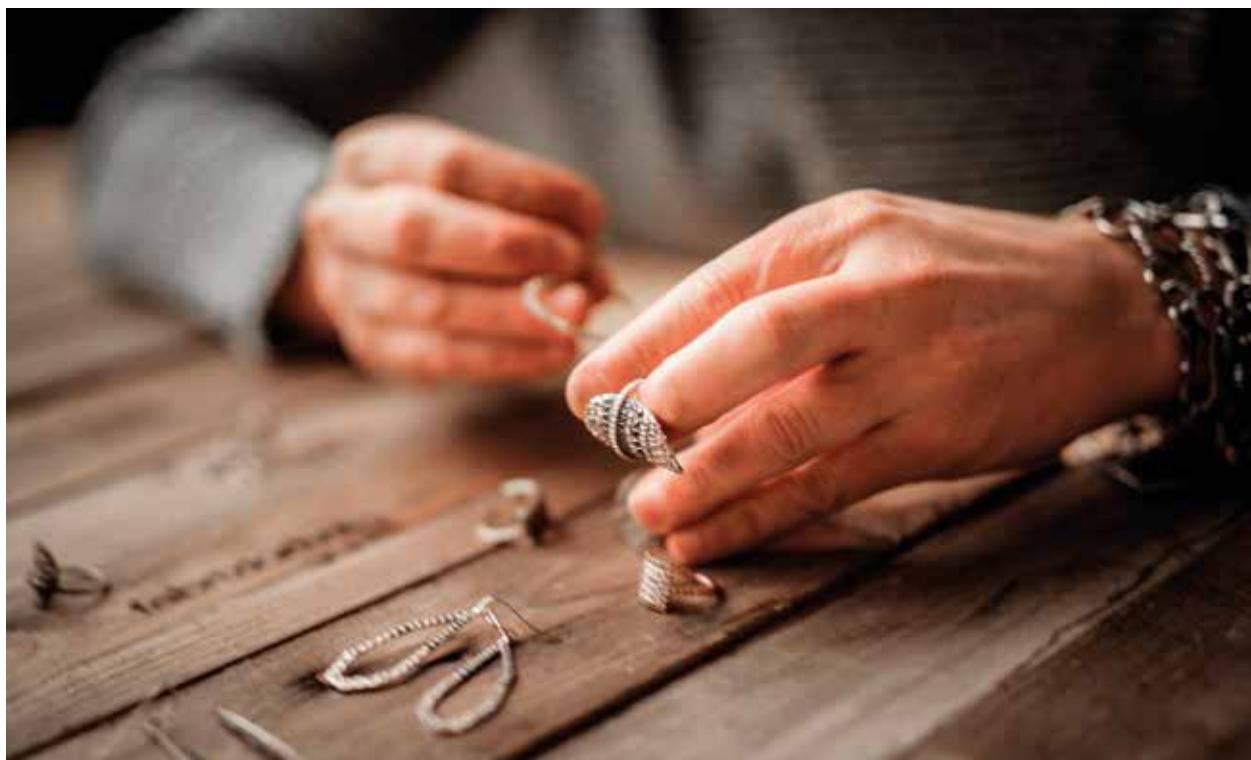
O nome ametista, por exemplo, tem origem grega e significa “não ébrio”. Até hoje há quem use joias com ametista como talismã para atrair a sorte e o equilíbrio e como amuleto contra nostalgias e embriaguez. Foi muito utilizada por reis e bispos que acreditavam ter o poder de conter os impulsos. Por essa razão foi eleita pela igreja católica símbolo da espiritualidade na Idade Média e considerada a pedra do Bispo.

Também é consagrada à Buddha, no Tibet, usada na meditação. Simboliza o 3º olho – que tudo vê e a modéstia. Confere-se a ela o desenvolvimento da espiritualidade e da intuição. Até Leonardo Da Vinci, baseado na teoria das cores, percebeu o poder da ametista em dissipar maus pensamentos e aumentar a inteligência, posto que a cor é como o cérebro (dos seres vivos animais) interpreta os sinais eletro nervosos vindos do olho, resultantes da emissão da luz, vindas de um objeto que foi emitida por uma fonte luminosa por meio de ondas eletromagnéticas; e que corresponde a parte do espectro eletromagnético e que é visível (380 a 700 nanômetros). A cor não é um fenômeno físico, o mesmo comprimento de onda pode ser percebido diferentemente por diferentes pessoas, ou seja, cor é um fenômeno fisiológico de caráter subjetivo e individual. Moisés descreveu a ametista como um símbolo do espírito de Deus.

Por tudo isso, a ametista é tema de muitas lendas, mas a mais linda pertence a mitologia grega:

Zeus costumava se apaixonar por lindas mortais. Ceres foi uma das paixões do Rei do Olimpo. As paixões de Zeus costumavam despertar ciúmes furiosos em sua esposa, a deusa Hera, e dessa vez não foi diferente. A violência dos ataques ciumentos de Hera já conhecidos dos deuses era temida, e Zeus para proteger sua amada e o rebento que esta engendrava, tirou-o da barriga de Ceres e implantou-o na coxa da mãe, assim não percebendo a gravidez a traição ficou como suspeita, mas não se confirmou.

Ao nascer Dionísio, filho de um deus e uma mortal e, portanto, um semideus ou herói, foi criado no meio das plantações de uvas e aprendeu não só a plantar e cuidar das vinhas como a fabricar os vinhos de todos os tipos e qualidades. No entanto, não resistia aos encantos das suas próprias criações e degustava os vinhos em tal proporção que vivia ébrio e a partir de sua embriaguez se tornou um folgazão a ser desprezado e muitas vezes ridicularizado pelos outros heróis, humanos e deuses.





“ Desde então, a pedra é empregada para aplacar os efeitos da embriaguez. Por essa razão os antigos bebiam em taças de ametista na esperança de se manterem sóbrios e evitarem os efeitos do dia seguinte. ”

Assim, o deus do vinho, Dionísio, sendo desprezado pelos mortais, pois era boêmio e gostava de se embriagar, um dia sentiu-se especialmente ofendido ao ser insultado e prometeu vingança. Jurou atiçar seus maravilhosos e ferozes tigres contra a primeira pessoa que passasse por ele.

Por infelicidade uma inocente jovem de nome Ametista vem ser essa pessoa, ia a caminho do templo da deusa Diana e estava para ser estrelhada pelas feras, quando pediu clemência a Diana que se apiedou dela e para salvá-la a transformou num lindo cristal. Arrependido, Dionísio suspirou e quando o seu hálito avinhado bafejou a jovem

cristalizada, suas veias tornaram-se purpúreas como as uvas. Desde então, a pedra é empregada para aplacar os efeitos da embriaguez. Por essa razão os antigos bebiam em taças de ametista na esperança de se manterem sóbrios e evitarem os efeitos do dia seguinte.

Reuni essas e muitas outras histórias fascinantes, mas pouco conhecidas do público que trabalha ou aprecia a arte da joalheria, no livro que estou lançando. Para quem gosta do tema, fica aqui a dica de leitura: Símbolos, Mistérios e Lendas, meu próximo livro que em breve estará à venda no meu site [www.elianagola.com.br](http://www.elianagola.com.br) e nas melhores livrarias. •



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.

# PORQUE VOCÊ É ÚNICA.

Conheça a coleção 2021.



A união da delicadeza com a força  
da mulher em joias encantadoras.

CADASTRE-SE EM

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



costantinimetais

[www.costantinimetais.com.br](http://www.costantinimetais.com.br)  
[costantini@costantini.com.br](mailto:costantini@costantini.com.br)

17 3334 8800

São José do Rio Preto  
São Paulo - Brasil



# AS SUSTAINABLE AS POSSIBLE

*Baldi*

**O quanto você se esforça para  
tornar sua marca sustentável?**

Muitas marcas se preocupam apenas em ser ou não sustentáveis, esquecendo que há uma jornada e um ponto de partida.

**Por isso, a Baldi está lançando uma nova linha.  
Comece sua transformação com a ASAP/ Baldi.**

Uma linha de estojos *ecofriendly*, **com insumos reciclados e a tecnologia da resina ecológica para torná-la biodegradável.**

Conheça esta nova linha sustentável em  
**nosso stand na Feninjer!**

 **ECO**  
ventures  
BIOPLASTICS

*Baldi* 75  
anos

Escaneie o  
QR code  
e acesse  
nossa site



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

*Linha*

# ELEMENTO

A linha Elemento foi inspirada pelas **nuances e pela fluidez, presentes no tye-die e em pedras.**



*Linha*

# GRANO

Linha desenvolvida através de **fibras da casca do grão de arroz.**  
Possui características e texturas únicas.



*Linha*

# FLORA

Esta linha utiliza **textura lisa e cores marcantes.**





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

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

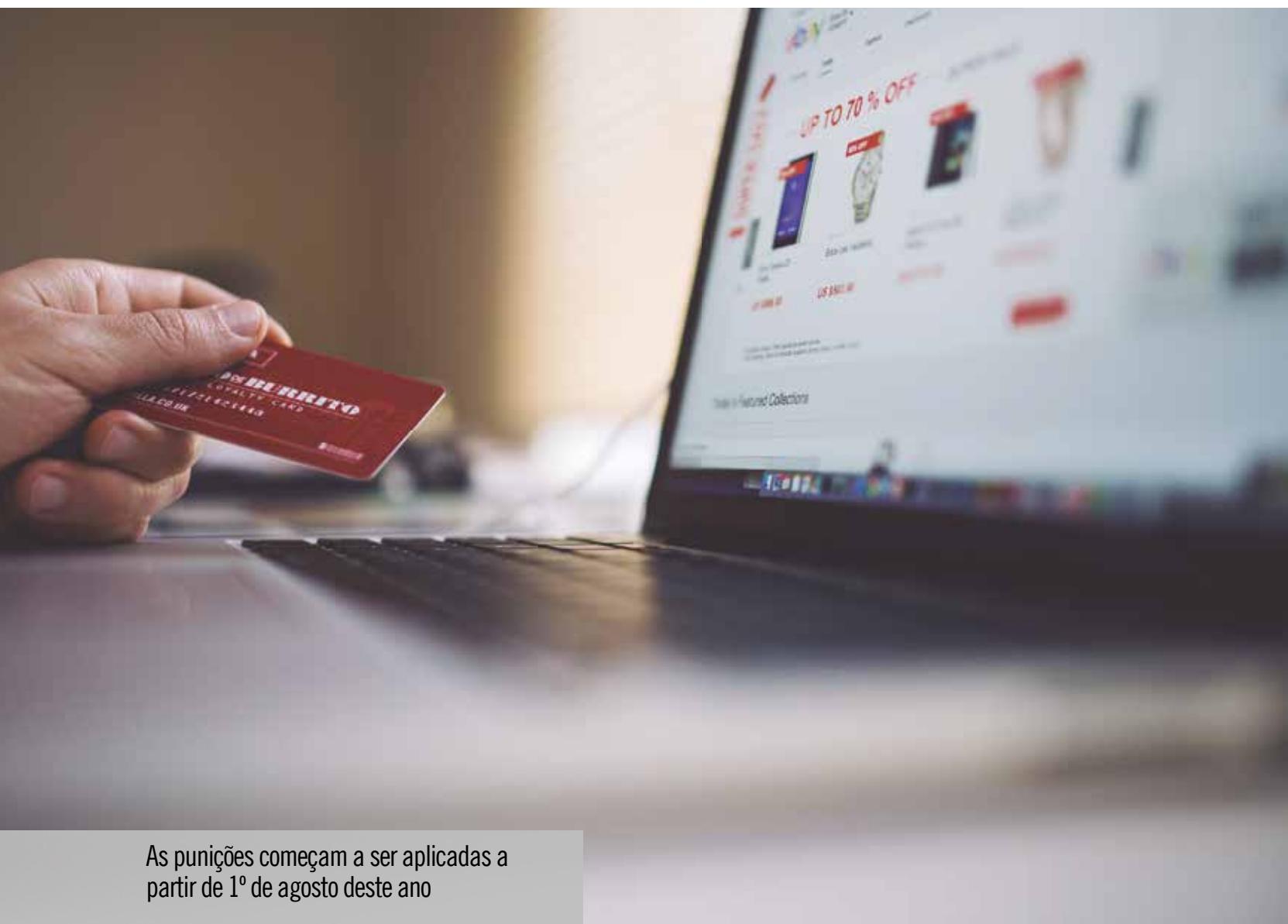


Escola de Gemologia  
Bonifácio de Andrada e Silva  
25  
[www.ajesp.com.br](http://www.ajesp.com.br)  
[gemologia@ajesp.com.br](mailto:gemologia@ajesp.com.br)

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

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

\*Apenas nos cursos práticos



As punições começam a ser aplicadas a partir de 1º de agosto deste ano

## Como a Lei Geral de Proteção de Dados pode afetar as vendas online

Agora é oficial: a partir de 1º de agosto passam a serem aplicadas as multas e punições previstas na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A medida traz uma série de implicações às empresas, incluindo os varejistas online, sobretudo quanto à privacidade dos clientes.

As joalherias devem estar atentas a essa nova realidade e tomar as medidas necessárias para não infringir as regras. As penalidades para as empresas que negligenciarem a necessidade de adotar medidas de segurança para tratamento adequado dos dados pessoais dos consumidores podem variar dependendo da gravidade da infração.

As multas por não conformidade podem chegar a 2% do faturamento, limitadas a R\$ 50 milhões, por infração, multa diária, dano de imagem (publicização), com atenuantes de pronta adoção de medidas corretivas, mecanismos e procedimentos internos de proteção de dados, política de boas práticas e governança. Além disso, as empresas podem ter suas atividades suspensas, parcial ou totalmente.

O Brasil é o terceiro país onde a população passa mais tempo na internet. Em média, o brasileiro gasta 3 horas e 31 minutos online, enquanto a média mundial é de 2 horas e 24 minutos de uso por dia. Não é de se espantar que grande parte da população teme a violação de dados pessoais.

**“ Segundo pesquisa realizada com 3 mil entrevistados maiores de 18 anos, de todas as regiões do Brasil, no período de 18 a 25 de junho de 2.021, pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban), 86% dos brasileiros teme a violação de dados pessoais. ”**

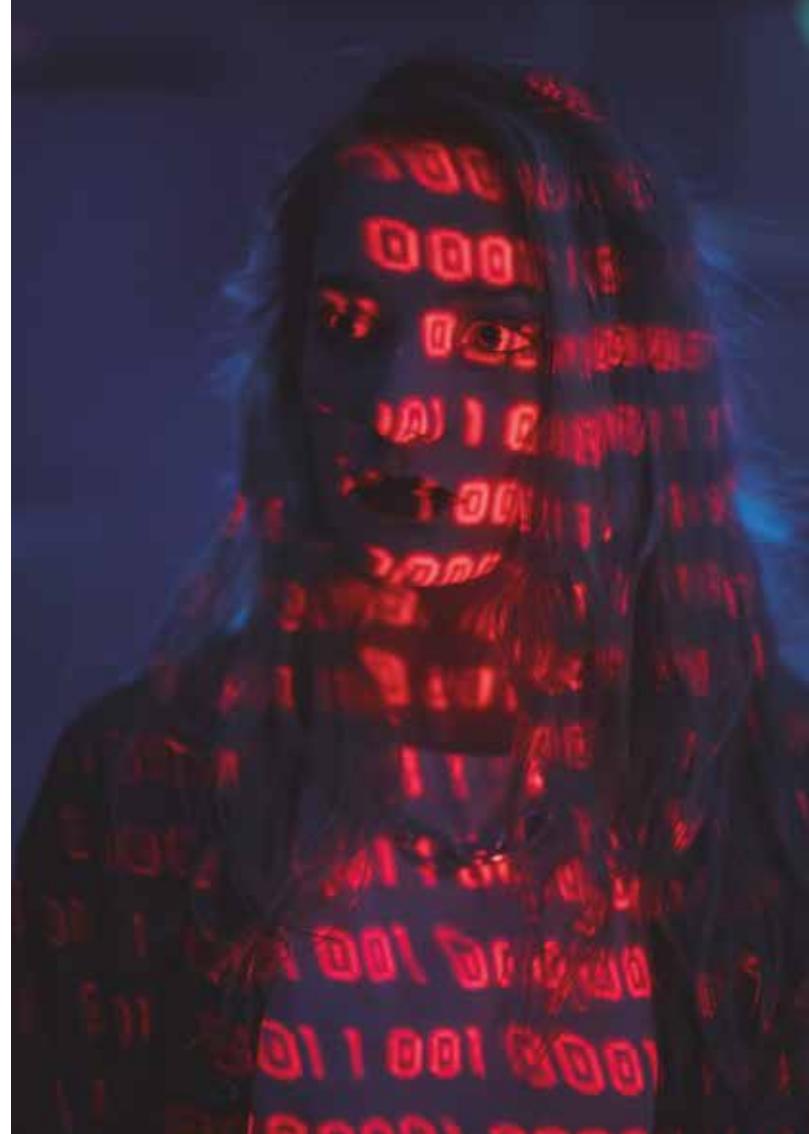
Segundo pesquisa realizada com 3 mil entrevistados maiores de 18 anos, de todas as regiões do Brasil, no período de 18 a 25 de junho de 2.021, pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban), 86% dos brasileiros teme a violação de dados pessoais. A maioria já sofreu alguma tentativa de fraude de dados pessoais ou conhece alguém que tenha passado por esse tipo de problema.

No entanto, são poucos os que conhecem a Lei Geral de Proteção de Dados, sancionada em setembro de 2.020, que dá ao cidadão poder sobre os seus dados, impondo normas às empresas públicas e privadas sobre como utilizar os dados das pessoas físicas. Das pessoas ouvidas pela pesquisa, 60% declara apenas ter “ouvido falar” ou sequer conhece a legislação.

De acordo com a LGPD, as organizações passam a ser responsáveis pelo gerenciamento que fazem dos dados obtidos, que configura-se em um ciclo: coleta, tratamento, armazenamento e exclusão - em meios online e offline. Com isso, o cidadão pode requerer quais dados seus estão no poder das empresas e como eles serão utilizados. Além disso, pode solicitar que seus dados sejam transferidos ou eliminados. Ou seja: pode acionar qualquer empresa a qualquer momento.

## Como o varejo pode ser afetado

Segundo Alexandre Atheniense, da Alexandre Atheniense Advogados - escritório com atuação na área de Direito Digital -, antes da referida lei havia muita informalidade e falta de transparéncia sobre como as organizações tratavam os dados dos seus clientes. Para ele, a partir do próximo mês, com a possibilidade de punição, é importante que as empresas invistam em consultorias especializadas para verificarem se estão processando e utilizando corretamente os dados que possuem, adequando-se à legislação.



**“ A LGPD não proíbe a captação de clientes e realização de vendas por meio do WhatsApp e redes sociais, que continuarão sendo canais de aproximação entre cliente e empresa. ”**

A LGPD não proíbe a captação de clientes e realização de vendas por meio do WhatsApp e redes sociais, que continuarão sendo canais de aproximação entre cliente e empresa. Mas é preciso que as organizações estejam atentas à forma como utilizam os dados coletados por meio dos canais de comunicação, como não utilizá-los para fins que não foram consentidos pela pessoa. A captação de leads, que são informações como o e-mail de contato do consumidor, poderão continuar a ser coletados, desde que utilizadas para fins acordados com o cliente.



Para Atheniense, é importante que as empresas ensinem aos seus colaboradores, de forma nivelada, o que é permitido ou não dentro da Lei Geral, pois um possível desconhecimento da mesma por parte dos funcionários pode colocar a empresa em risco. Ainda segundo o advogado, além das punições administrativas, como a aplicação de multas, a reputação das empresas quanto ao cumprimento ou descumprimento da lei precisa ser levada em consideração, e completa: “como se sabe, reconstruir uma reputação não sai barato. Por isso, é bom estar alerta ao tratar dados pessoais, pois a partir de agora pode custar caro para a imagem da empresa e, ao meu ver, este é o maior dano que poderá ser causado”.

Vale ressaltar, que dados são todas as informações que uma organização coleta sobre pessoas físicas, como seu nome, CPF, localização, etc. Pela Lei Geral de Proteção de Dados, algumas dessas informações recebem maior proteção que outras. As punições previstas na lei começarão a ser aplicadas em 1º de agosto de 2.021, após o período concedido às empresas para se adequarem à nova legislação. A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANDP) será responsável por garantir o cumprimento da lei, fiscalizando e punindo atos que estejam fora dela. A principal forma de punição prevista é a aplicação de multas. •



“ como se sabe, reconstruir uma reputação não sai barato. Por isso, é bom estar alerta ao tratar dados pessoais, pois a partir de agora pode custar caro para a imagem da empresa e, ao meu ver, este é o maior dano que poderá ser causado. ”

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

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

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

Contem conosco. Estamos à disposição.

## MESA DE OPERAÇÕES

(11) 4637-0810

[cliente@reservametais.com.br](mailto:cliente@reservametais.com.br)

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



Associado:

# Ourominas se destaca no mercado com entrega imediata e sem limite de peso para venda do ouro

Ourominas carrega a experiência e credibilidade dos mais de 45 anos de atuação especializada



Juarez Filho, Presidente do Grupo Ourominas

Uma das maiores referências no mercado nacional de ouro, a Ourominas carrega a experiência e credibilidade de 45 anos de atuação especializada na compra e venda do minério em duas frentes: como ativo de investimentos e consumo industrial, principalmente, no fornecimento para produção de joias.

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

Dentre os diferenciais que fazem da Ourominas uma referência do mercado, destaca-se a entrega imediata do

**“Queremos entregar o produto o mais rápido possível. Nossos concorrentes entregam em até dez dias úteis. Nós fazemos em até 24 horas, contando a partir do primeiro dia útil após a compra.”**

ouro, com o sistema de delivery especial e segurança garantidos ao comprador no transporte de um minério valioso. Outro ponto a ser destacado é a quantidade mínima que pode ser adquirida. “Queremos entregar o produto o mais rápido possível. Nossos concorrentes entregam em até dez dias úteis. Nós fazemos em até 24 horas, contando a partir do primeiro dia útil após a compra. Além disso, ao contrário de outras empresas do ramo, não estipulamos uma quantidade mínima para venda, ou seja, o joalheiro pode adquirir o nosso produto a partir de um grama”, declarou Juarez Filho, diretor-presidente da Ourominas.

Em razão da pandemia do coronavírus, a Ourominas não irá participar da FENINJER 2.021 presencialmente, visando preservar a saúde de seus colaboradores e consumidores. Mas mantemos o atendimento normalmente e com o mesmo padrão de qualidade a fim de satisfazer nossos clientes. •



## COMPRE E RECEBA O OURO DE FORMA IMEDIATA!

SEM QUANTIDADE MÍNIMA E SEM TAXAS EXTRAS\*



Central de Vendas Joalheiros:

Telefone: (11) 3218-0988 | WhatsApp: (11) 9.9753-9646 | E-mail: [comercial@ourominas.com](mailto:comercial@ourominas.com)

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

\*A Ourominas não efetua a cobrança de taxas de corretagem e taxas administrativas.

INSTITUIÇÃO FINANCIÁRIA AUTORIZADA PELO BANCO CENTRAL (BACEN 27980); CREDENCIADA NA COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM); ASSOCIADA NA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CÂMBIO (ABCAMBI), CERTIFICADA NA AMÉRICA GOLD MANUFACTURERS ASSOCIATION (AMAGOLD) NA ABS QUALITY EVALUATIONS (AQEV) E NO INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORESTAS (IBF) PELA REESTRUTURAÇÃO DE ÁREAS FLORESTAIS EM CIDADES BRASILEIRAS.

SOMOS ASSOCIADOS  
WE ARE ASSOCIATED





QUALIDADE, ÉTICA E CONFIANÇA  
CREDIBILIDADE E REFERÊNCIA  
EM METAIS PRECIOSOS

QUALITY, ETHICS AND CONFIDENCE  
CREDIBILITY AND REFERENCE  
IN PRECIOUS METALS



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

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

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

NOSSA CERTIFICAÇÕES:  
OUR CERTIFICATIONS:



SOMOS ASSOCIADOS:  
WE ARE ASSOCIATED:



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

Veja a participação dos nossos parceiros:

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

RESPOSTA RBM:

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

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

RESPOSTA RBM:

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



ABRAMP - pág. 122 e 123  
[www.abramp.org.br](http://www.abramp.org.br)  
[rogerio.manoel@abramp.org.br](mailto:rogerio.manoel@abramp.org.br)  
[@associacaoabramp](https://www.facebook.com/associacaoabramp) 

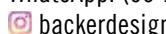
AB FUCS LAPIDAÇÃO - pág. 111  
[abf.export@hotmail.com](mailto:abf.export@hotmail.com)  
 Tel.: (55 11) 3898-1005

A&B METAIS IND. COM. LTDA. - pág. 45  
[www.aebmetais.com.br](http://www.aebmetais.com.br)  
[escritorio@aebmetais.com](mailto:escritorio@aebmetais.com)  
 Tel.: (55 81) 3081-0381  
 WhatsApp: (55 81) 9 9915-5237  
[@aebmetais](https://www.instagram.com/aebmetais)

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

ANDREA MATOS LOPES - Capa  
[www.andreamatoslopes.com](http://www.andreamatoslopes.com)  
[info@andreamatoslopes.com](mailto:info@andreamatoslopes.com)  
 Tel.: (55 11) 3384-9362  
 WhatsApp: (55 11) 9 6421-5826  
[@andreamatoslopes.jd](https://www.instagram.com/andreamatoslopes.jd) 

ART`G- - pág. 75  
[www.artg.com.br](http://www.artg.com.br)  
[artg.artg@gmail.com](mailto:artg.artg@gmail.com)  
 WhatsApp: (55 21) 9 7133-2800  
[@artg.rio](https://www.instagram.com/artg.rio)

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


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

BENNE FATTO - pág. 16 e 17  
[www.benbefatto.com.br](http://www.benbefatto.com.br)  
[atendimento@bennefatto.com.br](mailto:atendimento@bennefatto.com.br)  
 Tel.: (55 11) 3862-9611  
 WhatsApp: (55 11) 9 6195-0113  
[@Benne.Fatto.Joias](https://www.facebook.com/Benne.Fatto.Joias) 

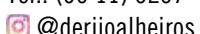
BIWA COM. IMP.  
 E EXP. LTDA. - 4ª Capa, pág. 92 à 100  
[www.biwa.com.br](http://www.biwa.com.br)  
[vendas@biwa.com.br](mailto:vendas@biwa.com.br)  
 Tel.: (55 11) 3062-3974  
 WhatsApp: (55 11) 9 9433-5541  
[@Biwa.Brasil](https://www.facebook.com/Biwa.Brasil) 

BRÜNER - pág. 31  
[www.bruner.com.br](http://www.bruner.com.br)  
[bruner@bruner.com.br](mailto:bruner@bruner.com.br)  
 Tel.: (55 19) 3565-6100  
 WhatsApp: (55 19) 9 9810-8448  
[@JoiasBruner](https://www.facebook.com/JoiasBruner) 

CADENA - pág. 49, 51  
[www.cadenajoias.com.br](http://www.cadenajoias.com.br)  
[cadena@cadena.com.br](mailto:cadena@cadena.com.br)  
 Tel.: (55 51) 3212-3041  
[@Cadena.Joias](https://www.facebook.com/Cadena.Joias) 

COSTANTINI - pág. 01 e 137  
[www.costantini.com.br](http://www.costantini.com.br)  
[edson@costantini.com.br](mailto:edson@costantini.com.br)  
 Tel.: (55 17) 3334-8800  
 WhatsApp: (55 17) 3334-8800  
[@Costantini.Metais](https://www.facebook.com/Costantini.Metais) 

DENOIR - pág. 13  
[sandro@trendd.com.br](mailto:sandro@trendd.com.br)  
 Tel.: (55 11) 3888-4455  


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


DI ROMA BRASIL - pág. 18 e 19  
[www.diromabrasil.com.br](http://www.diromabrasil.com.br)  
[atendimento@diromabrasil.com.br](mailto:atendimento@diromabrasil.com.br)  
 Tel.: (55 17) 4009-3500  
 WhatsApp: (55 17) 4009-3561  
[@diromabrasil](https://www.facebook.com/diromabrasil) 

DRW JOIAS LTDA. - pág. 41  
[www.drwjoias.com.br](http://www.drwjoias.com.br)  
[drwjoias@drwjoias.com.br](mailto:drwjoias@drwjoias.com.br)  
 Tel.: (55 17) 3225-9563  
 WhatsApp: (55 17) 9 8133-1558  
[@drw\\_joias](https://www.facebook.com/DRW.Joias)

ESCOLA DE GEMOLOGIA E  
 LABORATÓRIO GEMOLÓGICO - pág. 140 e 141  
[www.ibgm.com.br](http://www.ibgm.com.br)  
[laboratorio@ibgm.com.br](mailto:laboratorio@ibgm.com.br)  
 Tel.: (55 11) 3016-5850

ESMEBRAS - pág. 47  
[www.esmebras.com](http://www.esmebras.com)  
[dorisdmrod@hotmail.com](mailto:dorisdmrod@hotmail.com)  
 Tel.: (55 21) 2220-0147  
 WhatsApp: (55 21) 9 7447-7777  
[@Esmebras Collection](https://www.facebook.com/Esmebras.Collection) 

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

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

GOLDBACKER - 3ª capa  
[www.goldbacker.com.br](http://www.goldbacker.com.br)  
[goldbacker@goldbacker.com.br](mailto:goldbacker@goldbacker.com.br)  
 Tel.: (55 11) 3285-6240  
[@goldbacker](https://www.facebook.com/goldbacker.brasil) 

**GRUPO INOVA JOIAS** - pág. 59  
[www.grupoинovajoias.com.br](http://www.grupoинovajoias.com.br)  
[atendimento@grupoинovajoias.com.br](mailto:atendimento@grupoинovajoias.com.br)  
Tel.: (55 11) 3274-6018  
WhatsApp: (55 11) 9 9156-3706  
**f** Grupo Inova Joias  @grupoinovajoias

**GRUPO SOLID** - pág. 36 e 37  
[www.gruposolid.com.br](http://www.gruposolid.com.br)  
[comercialrp@gruposolid.com.br](mailto:comercialrp@gruposolid.com.br)  
Tel.: (55 17) 3216-9050

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

**GUINDANI** - pág. 35, 109  
[www.guindani.com.br](http://www.guindani.com.br)  
[guindani@guindani.com.br](mailto:guindani@guindani.com.br)  
Tel.: (55 51) 3227-5512  
WhatsApp: (55 11) 9 8433-6500

**GURU COM. IMP.**  
**EXP. LTDA.** - pág. 114 à 121  
[guru.sunil@hotmail.com](mailto:guru.sunil@hotmail.com)  
Tel.: (55 11) 3088-3198  
WhatsApp: (55 11) 9 9155-1852  
 @gurugems

**ILUMINI JOIAS** - pág. 104 e 105, 133  
[ronny.israel@iluminijoias.com.br](mailto:ronny.israel@iluminijoias.com.br)  
Tel.: (55 11) 3661-8871  
WhatsApp: (55 11) 3661-8871  
**f** Iluminijoias  @ilumini\_joias

**JOIELLO** - pág. 91  
[www.joiello.com.br](http://www.joiello.com.br)  
[contato@joiello.com.br](mailto:contato@joiello.com.br)  
Tel.: (55 51) 3588-6497  
 @joiello

**LLOYD CONTINENTAL**  
**CORRETORA DE SEGUROS** - pág. 52 e 53  
[www.lloydcontinental.com.br](http://www.lloydcontinental.com.br)  
[flaviocos@lloydcontinental.com.br](mailto:flaviocos@lloydcontinental.com.br)  
Tel.: (55 17) 99151-9359  
WhatsApp: (55 17) 9 9151-9359  
**f** Lloyd Continental  @lloydcontinental

**MÁRCIA MÓR JOIAS** - pág. 65  
[www.marciamorjoias.com.br](http://www.marciamorjoias.com.br)  
[marciamor@marciamor.com](mailto:marciamor@marciamor.com)  
Tel.: (55 21) 9 8179-1919  
WhatsApp: (55 21) 9 8179-1919  
**f** MárciaMórJoias  @marciamorjoias

**NARDINI** - pág. 73, 86 e 87  
[www.nardinidprimo.com.br](http://www.nardinidprimo.com.br)  
[elcio@nardinidprimo.com.br](mailto:elcio@nardinidprimo.com.br)  
Tel.: (55 11) 2914-2175  
WhatsApp: (55 11) 9 9777-3000  
 @nardinidprimo

**OUROMINAS** - pág. 146 e 147  
[www.ourominas.com](http://www.ourominas.com)  
[comercial@ourominas.com](mailto:comercial@ourominas.com)  
Tel.: (55 11) 3218-0988  
**f** Ourominas Brasil  @ourominasbrasil

**PAIXÃO JOIAS** - pág. 71  
[paixaojoias@paixaojoias.com.br](mailto:paixaojoias@paixaojoias.com.br)  
Tel.: (55 31) 3689-0092  
WhatsApp: (55 31) 9 9781-8245  
 @paixaojoias\_oficial

**PAIXÃO PEDRAS** - pág. 113  
[www.paixaopedras.com](http://www.paixaopedras.com)  
[administrativo@paixaopedras.com.br](mailto:administrativo@paixaopedras.com.br)  
Tel.: (55 31) 9783-8845  
WhatsApp: (55 31) 9 9115-0029  
 @paixao\_pedras

**PAR JOIAS** - 2ª Capa, pág. 8 e 9, 60 e 61  
[comercia@parjoias.com.br](mailto:comercia@parjoias.com.br)  
Tel.: (55 17) 3214-5880  
WhatsApp: (55 17) 9 9218-0977  
**f** Par Joias  @parjoias

**PELLE GIOIELLI** - pág. 67  
[www.pellegioielli.com.br](http://www.pellegioielli.com.br)  
[contato@pellegioielli.com.br](mailto:contato@pellegioielli.com.br)  
WhatsApp: (55 11) 9 7433-4901  
**f** pelle.gioielli  @pelle.gioielli

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

**RBM - RECUPERADORA**  
**BRASILEIRA DE METAIS** - pág. 148 e 149  
[www.rbm.net.br](http://www.rbm.net.br)  
[comercial@rbm.net.br](mailto:comercial@rbm.net.br)  
Tel.: (55 11) 2450-0010  
WhatsApp: (55 11) 9 9164-4400

**RESERVA METAIS** - pág. 145  
[www.reservametais.com.br](http://www.reservametais.com.br)  
[cliente@reservametais.com.br](mailto:cliente@reservametais.com.br)  
Tel.: (55 11) 4637-0810

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

**SENHA** - pág. 04 e 05, 77 à 82  
[www.senhametais.com.br](http://www.senhametais.com.br)  
[contato@senhametais.com.br](mailto: contato@senhametais.com.br)  
WhatsApp: (55 17) 9 9646-7076  
**f** Senha Metais  @senhametais

**SEVEN METAIS** - pág. 21 e 57  
[www.sevenjoias.com.br](http://www.sevenjoias.com.br)  
[presidencia@sevenmetais.com.br](mailto:presidencia@sevenmetais.com.br)  
Tel.: (55 17) 3214-7710  
WhatsApp: (55 17) 9 9145-2657  
**f** Seven Joias e Alianças



# De engenheira à joalheira, como a FENINJER mudou a minha vida

Por Andrea Rolim, joalheira autônoma,  
Eusébio, Ceará



“Sempre fui fascinada pela beleza das joias. Quando fiz 43 anos, decidi parar de atuar como engenheira civil, minha profissão original, para me dedicar somente à venda desses mimos que toda mulher adora. Nessa época as joias representavam uma segunda renda, mas vi que havia um potencial grande que eu poderia me dedicar praticamente sem sair do condomínio onde moro. Eu resido em uma área com mais de 700 casas de alto padrão e ali investi em conquistar a minha clientela.

Logo minha renda cresceu mais do que o salário que eu tinha na época. Isso me deu a certeza que precisava investir minhas economias para ampliar o estoque. Foi nessa época que fiquei sabendo sobre a FENINJER através da internet. Me informei sobre o evento com um amigo e me inscrevi para participar da feira. Tinha certeza que ela poderia agregar muito ao meu negócio e, de fato, foi o que aconteceu.

“*Foi nessa época que fiquei sabendo sobre a FENINJER através da internet. Me informei sobre o evento com um amigo e me inscrevi para participar da feira. Tinha certeza que ela poderia agregar muito ao meu negócio e, de fato, foi o que aconteceu.*”

O evento me possibilitou conhecer grandes empresas do ramo, ampliando a minha visão do negócio e também a variedade de peças que trabalho. Foi um divisor de águas no meu empreendimento.

Foi uma pena que logo depois veio a pandemia e o evento foi suspenso, mas felizmente pude contar com a feira virtual. participei das edições que ocorreram e desse modo consegui manter o meu negócio funcionando. Claro que não é como no presencial, que nos possibilita ver as joias ao vivo. Tive compras que surpreenderam: algumas eram peças maiores do que eu esperava, outras menores. Mas considero o formato virtual válido, pois é uma forma prática de repormos a mercadoria. Minha sugestão é que mesmo a feira presencial voltando, a virtual continue. Assim poderei fazer compras durante todo o ano”. •

  
**GOLDBACKER**



FENINJER . ALLGOLD . AJORSUL . MED . FIRJA

  
**AMAGOLD**  
OURO CERTIFICADO

[WWW.GOLDBACKER.COM.BR](http://WWW.GOLDBACKER.COM.BR)  
GOLDBACKER@GOLDBACKER.COM.BR

E  
A  
PAZ  
AMOR

Biwa

20P8926  
20P8926  
20P9017  
20P9279

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