HALL

ABIMAD

ALTA DECORAÇÃO EM REVISTA

ED 39
*Jul*2014

Mais espaço para você.

O modelo **Búzios** da **Feeling** foi concebido para as pessoas que desejam um sofá com profundidade, sem abrir mão do design e itens de conforto e acabamento, que o diferenciam no mercado.
Ideal para compor projetos com praticidade, aonde o objetivo é buscar harmonia entre ambientes, living ou home, proporcionando uma excelente opção de decoração.

feeling
design&conforto

47 3376•9300 | www.feelingestofados.com.br

Búzios
by Rossini
KRIAR

Spazzio Nobre,
transformando seu ambiente
com beleza e estilo.

Bauhaus

Musa

Jazz

Rubina

SPAZZIO NOBRE

ESTILO DE VIDA

www.spazzionobre.com.br

HALL ABIMAD

EXPEDIENTE
DIRECTORIO

CONSELHO EDITORIAL:
Diretoria ABIMAD

EDITOR / JORNALISTA RESPONSÁVEL:
Ricardo Mangold (MTB 72.038 / SP)
imprensa@abimad.com.br

PROJETO GRÁFICO:
GGeDESIGN Estúdio Gráfico
www.ggedesign.com.br

FOTOGRAFIA:
ABIMAD / Divulgação /
Campanha 18ª ABIMAD

VERSÃO EM ESPANHOL: Traduzca

IMPRESSÃO: Pancrom
(*As matérias assinadas não expressam necessariamente a opinião da Revista ABIMAD Hall.)

PARA ANUNCIAR
NA ABIMAD HALL
LIGUE - 11 5505-1214
JLA@ABIMAD.COM.BR

Envie comentários, sugestões, críticas
e dúvidas para: **imprensa@abimad.com.br**
Rua Geraldo Flausino Gomes, 42 cj. 112
Cidade Monções - São Paulo / SP
CEP: 04575-901

Consejo editorial:
Dirección ABIMAD

Editor / Periodista Responsable:
Ricardo Mangold (MTB 72.038 / SP)
imprensa@abimad.com.br

Proyecto gráfico:
GGeDESIGN Graphic Studio
www.ggedesign.com.br

Fotografía:
ABIMAD / Divulgación/
Campaña 18ª ABIMAD

Versión en Español: Traduzca

Impresión: Pancrom
*(*Las materias firmadas no expresan necesariamente la opinión de la Revista ABIMAD Hall.)*

PARA ANUNCIAR
EN LA ABIMAD HALL
LLAME AL + 55 11 5505-1214
JLA@ABIMAD.COM.BR

Envíenos comentarios, sugerencias,
críticas y dudas al: imprensa@abimad.com.br
Rua Geraldo Flausino Gomes, 42 cj. 112
Cidade Monções - São Paulo / SP
CEP: 04575-901

ERRATA

Na página 85 da edição 38 (maio/2014) o buffet Telano, em laca laranja, é fabricado pela VOLER (www.voler.com.br).

En la página 85 de la edición 38 (mayo/2014) el buffet Telano, en laca naranja, es fabricado por VOLER (www.voler.com.br).

FOTO DA CAPA:
CAMPANHA 2014
"TODA TENDÊNCIA TEM A NOSSA IDENTIDADE"

www.abimad.com.br

DIRETOR-PRESIDENTE
Director Ejecutivo
Michel Otte

VICE-PRESIDENTE
Vicepresidente
Paulo Mourão

DIRETOR-TESOUREIRO
Director Tesorero
Paulo Allemand

CONSELHO FISCAL
Consejo Fiscal
Marcelo Felmanas
Jaime Pfutezenreuter
Francisco Marcos Martins

GERÊNCIA EXECUTIVA
Gerencia Ejecutiva
Patrícia Linhares de Souza
patricia@abimad.com.br

COORDENAÇÃO FEIRAS ABIMAD
Coordinación Ferias ABIMAD
José Lúcio Aragão
jla@abimad.com.br

DEPARTAMENTO DE MARKETING
Departamento de Marketing
Rafael Magno
rafael@abimad.com.br

DEPARTAMENTO INTERNACIONAL
Departamento Internacional
Erik Fiuza
erik@abimad.com.br

ASSESSORIA DE IMPRENSA
Asesoría de Prensa
Ricardo Mangold (MTB 72.038 / SP)
imprensa@abimad.com.br

DEPARTAMENTO DE COMPRAS
Departamento de Compras
Marco Túlio Ferreira
tulio@abimad.com.br

ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO
Administrativo/Financiero
Amanda Savoia
amanda@abimad.com.br
Bruno Cotrim
bruno@abimad.com.br
Marília Santana
marilia@abimad.com.br

6F decorações

Marcas exclusivas e produtos importados assinados pelos mais renomados designers.

Luxo diferenciado para sua loja.

www.6F.com.br
Tel: (11) 4612-3600

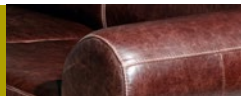
BG3.com.br

CARTA DO PRESIDENTE
Carta del Presidente
10

HALL DE ENTRADA
Recibidor
12 Maria Alice Decorações celebra - 30 Anos em Belo Horizonte
Maria Alice Decorações celebra - 30 Años en Belo Horizonte

DE ESTILO E OLHAR
De Estilo y Mirada
20 Em Casa com Cecil Beaton
En casa con Cecil Beaton
Por Maria Ignez Barbosa

MATÉRIA-PRIMA
Materia Prima
26 Arquitetura do mobiliário
Arquitectura del mobiliario


HALL DESIGN
34 Lei do Couro: nomenclatura inadequada constitui crime
Ley del Cuero: nomenclatura inadecuada constituye crimen

RECÉM-CHEGADOS
Recién Llegados
42

VITRINE DE LUXO
Vitrina de Lujo
56

ROTEIRO DE VIAGEM
Itinerario de Viaje
62 ESLOVÊNIA: O canto verde da Europa
ESLOVENIA: El rincón verde de Europa

FEIRAS E MOSTRAS
Ferias y Muestras
72 18ª ABIMAD: decoração com identidade
18ª ABIMAD: decoración con identidad
78 Decora Lider
81 Casa Cor SP
83 Casa Cor SC

GASTRONOMIA
Gastronomía
86

EM AÇÃO
En Acción
92

ARTIGO
Artículo
100 NR-12 – Segurança no Trabalho em máquinas moveleiras
NR-12 - Seguridad en el Trabajo en máquinas para muebles
Por Marco Túlio Ferreira

106 Mudanças no Facebook trazem onda de crescimento para os blogs
Cambios en el Facebook traen ola de crecimiento para los blogs
Por Marco Gomes

PANORAMA
Panorama
110

LISTA DE ASSOCIADOS
Lista de Asociados
ABIMAD
116

FASCÍNIO. É D ANGELIS

★★★★★
ORIGINAL

D Angelis

INDÚSTRIA MÓBILI

D Angelis Indústria Móbili
Fone: +55 (45) 3286 1177
Rua Xambrê, 393. Parque Industrial
Capitão L. Marques. PR. Brasil

É a primeira vez que teremos uma edição de julho da feira da ABIMAD no novo pavilhão, o Expo Center Norte (SP). Por isso, esperamos para a 18ª edição, um aumento significativo no número de lojistas visitantes, que devem permanecer mais dias que o habitual. Após um ano com uma atividade econômica enfraquecida em todos os setores, a feira da ABIMAD é o momento, pós-Copa do Mundo, da retomada dos negócios. A ocasião é propícia para que lojistas renovem seus estoques, uma vez que o segundo semestre do ano, por tradição, é um período de aquecimento das vendas, com as festas de final de ano, o 13º salário e as férias.

Estamos confiantes que teremos vendas superiores à edição de julho de 2013, com a retomada das compras, uma vez que o mercado de decoração está em franca expansão. E os principais fatores que influenciam esse diagnóstico são a democratização do luxo e o forte crescimento do mercado imobiliário nos últimos anos, gerando agora a necessidade de mobiliar os imóveis. De acordo com o estudo IPC Maps 2014, o brasileiro irá gastar R$ 54,75 bilhões em "Mobiliário e Artigos do Lar".

Com o mercado cada vez mais competitivo, precisamos manter esforços para preservar nossos clientes, conquistados ao longo dos 10 anos de ABIMAD. Cumprir os prazos de entrega estabelecidos é essencial, assim como apresentar produtos com qualidade, novos materiais, originalidade e design diferenciado. Esses atributos, entre outros, fazem com que os melhores lojistas do setor moveleiro e de decoração de todo o Brasil e da América Latina, visitem cada edição da ABIMAD. Temos a responsabilidade, e o dever, de apresentar as melhores opções em mobiliário e adornos, preservando a credibilidade que a ABIMAD alcançou desde sua fundação.

Muito obrigado.

MICHEL OTTE
Presidente da ABIMAD

Es la primera vez que tendremos una edición de julio de la feria de la ABIMAD en el nuevo pabellón, el Expo Center Norte (SP). Por eso, esperamos para la 18ª edición un aumento significativo en el número de comerciantes visitantes, que deben permanecer más días que lo habitual. Después de un año con una actividad económica debilitada en todos los sectores, la feria de la ABIMAD es el momento, después del Mundial de Fútbol, de la retomada de los negocios. La ocasión es propicia para que los comerciantes renueven sus stocks, una vez que el segundo semestre del año, por tradición, es un período de calentamiento de las ventas, con las fiestas de fin de año, el Aguinaldo y las vacaciones.

Estamos optimistas que tendremos ventas superiores a la edición de julio de 2013, con la retomada de las compras, una vez que el mercado de decoración está en franca expansión. Y los principales factores que influyen en ese diagnóstico son la democratización del lujo y el fuerte crecimiento del mercado inmobiliario en los últimos años, generando, ahora, la necesidad del mercado de amueblar los inmuebles. Según el estudio IPC Maps 2014, el brasileño gastará R$ 54,75 mil millones en "Mobiliario y Artículos del Hogar".

Con el mercado cada vez más competitivo, necesitamos mantener esfuerzos para preservar a nuestros clientes, conquistados a lo largo de los 10 años de ABIMAD. Cumplir los plazos de entrega establecidos, así como presentar productos con calidad, nuevos materiales, originalidad y diseño diferenciado. Estos atributos, entre otros, hacen que los mejores comerciantes del sector del mueble y de la decoración de todo Brasil y de América Latina visiten cada edición de la ABIMAD. Tenemos la responsabilidad y el deber de presentar las mejores opciones en mobiliario y adornos, manteniendo la credibilidad que ABIMAD alcanzó desde su fundación.

Muchas gracias.

MICHEL OTTE
Presidente de la ABIMAD

ESTObEL
LifeStyle
ecológico | versátil | rústico
estobel.com
Estobel Estofados
Estobel Estofados

MARIA ALICE DECORAÇÕES CELEBRA 30 ANOS EM BELO HORIZONTE

MARIA ALICE DECORAÇÕES CELEBRA 30 AÑOS EN BELO HORIZONTE

SOB GESTÃO FAMILIAR, QUATRO LOJAS ATENDEM O EXIGENTE MERCADO CONSUMIDOR MINEIRO.

BAJO GESTIÓN FAMILIAR, CUATRO TIENDAS ATIENDEN AL EXIGENTE MERCADO CONSUMIDOR DE MINAS GERAIS.

No início da década de 80, quando Maria Alice Ferreira Miranda começou a trabalhar com artesanato, bordando colchas e edredons para quartos de bebê, não imaginava que sua arte mudasse o rumo de sua vida e família. A loja, inaugurada em 1984, no bairro da Savassi, agradou tanto os mineiros que ela começou a vender o mobiliário que usava para expor suas peças. Camas, berços e poltronas eram comercializados junto com as roupas de cama. A família se viu "obrigada" a ajudar na administração da loja. Primeiro o marido, João Bosco Nunes Miranda, encerrou os próprios negócios para cuidar da parte administrativa e financeira da loja, que crescia em ritmo acelerado. Os filhos se prepararam para assumir o empreendimento. Alexandre Ferreira Miranda estudou Administração de Empresas e Adriana Miranda e Silva cursou Decoração e Design; hoje mora na Suíça e auxilia na pesquisa de tendências e estilos da decoração mundial.

Atualmente, o Grupo conta com quatro unidades em Belo Horizonte. A loja inicial permanece na mesma rua, mas em um local maior, com 1 mil m². As demais estão em shoppings de decoração da cidade, sendo duas no Ponteio Lar Shopping, com 550 m² cada, e uma no Shopping Minas Casa, com 450 m². "O foco das lojas é diferenciado para cada público, desde o mobiliário de linha alta, para um público neoclássico, até móveis para espaços menores, para jovens e classe média. Queria abrir um outlet, mas resolvi esperar por causa da economia", explica Alexandre Ferreira Miranda, diretor da Maria Alice Decorações.

A comienzos de los 80, cuando Maria Alice Ferreira Miranda comenzó a trabajar con artesanía, bordando cubrecamas y acolchados para dormitorios de bebés, no se imaginaba que su arte cambiaría el rumbo de su vida y familia. La tienda, inaugurada en 1984, en el barrio de Savassi, les agradó tanto al público de Minas Gerais que ella comenzó a vender el mobiliario que usaba para exponer sus piezas. Se comercializaban camas, cunas y sillones junto con las ropas blancas. La familia se vio "obligada" a ayudar en la administración de la tienda. Primero el marido, João Bosco Nunes Miranda, cerró los propios negocios para cuidar de la parte administrativa y financiera de la tienda, que crecía en ritmo acelerado. Los hijos se prepararon para asumir el emprendimiento. Alexandre Ferreira Miranda estudió Administración de Empresas y Adriana Miranda y Silva cursó Decoración y Diseño; hoy, vive en Suiza y auxilia en la investigación de tendencias y estilos de la decoración mundial.

Actualmente, el Grupo, cuenta con cuatro unidades en Belo Horizonte. La tienda inicial sigue en la misma calle, pero en un local más grande, con 1 mil m². Las demás están en shoppings de decoración de la ciudad, siendo dos en el Ponteio Lar Shopping, con 550 m² cada, y una en el Shopping Minas Casa, con 450 m². "El enfoque de las tiendas es diferenciado para cada público, desde el mobiliario de línea alta, para un público neoclásico, hasta muebles para espacios más pequeños, para jóvenes y clase media. Quería abrir un outlet, pero decidí esperar debido a la economía", explica Alexandre Ferreira Miranda, director de Maria Alice Decorações.

MERCADO

A incerteza da economia, o pós-Copa do Mundo, as eleições - a troca ou não do governo - são alguns dos fatores que estão causando uma estagnada no mercado de decoração. De acordo com Alexandre, a falta de uma diretriz para 2015 gera uma prorrogação nas compras. "As consultas são feitas, a vontade do consumo existe, mas as pessoas estão adiando. Preferem esperar". Esse período é contrário à época do *boom* imobiliário que, segundo Alexandre, desenvolveu o mercado mineiro. "Trocava-se tudo ou pelo menos boa parte do mobiliário. Mas ainda temos um mercado com grande potencial, com público bastante exigente, tanto o consumidor final quanto o decorador/arquiteto, que exige produtos de vanguarda, com qualidade excepcional e que sigam as tendências mundiais. O consumidor mineiro gosta de gastar, mas não gosta de pagar muito pelos produtos, mas isso está mudando com as novas gerações. É um mercado com muita concorrência, tanto de lojistas, como de marceneiros e estofadores", avalia.

Além dos dois shoppings de decoração, a cidade de Belo Horizonte concentra dois polos nos bairros da Savassi e de Lourdes. Sion, bairro nobre que atraiu empreendimentos imobiliários de alto luxo nos últimos dez anos, surge como uma nova região, com boa infraestrutura comercial.

MERCADO

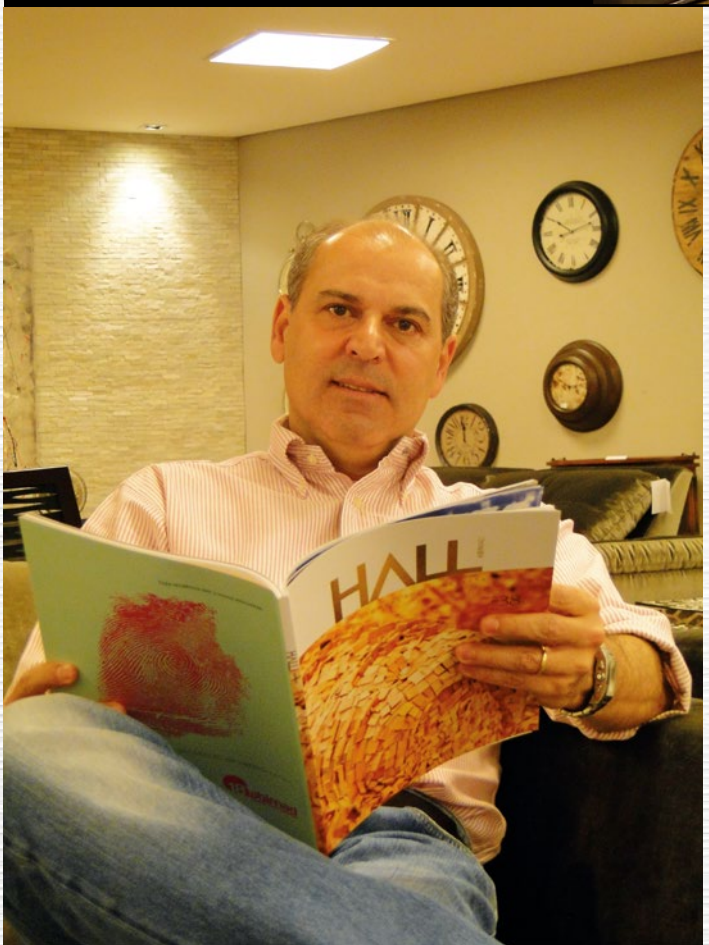
La incertidumbre de la economía, el post Mundial de Fútbol, las elecciones – o sea, el cambio o no del gobierno – son algunos de los factores que están provocando una detención en el mercado de decoración. Según Alexandre, la falta de una directriz para 2015 genera una prorrogación en las compras. "Se hacen consultas, hay voluntad de consumo, pero las personas lo están adiando. Prefieren esperar". Ese período es contrario a la época del 'boom' inmobiliario que, según Alexandre, desarrolló el mercado de Minas Gerais. "Se cambiaba todo o por lo menos parte del mobiliario. Pero aún tenemos un mercado con gran potencial, con público bastante exigente, tanto el consumidor final como el decorador/arquitecto, que exige productos de vanguardia, con calidad excepcional y que sigan las tendencias mundiales. Al consumidor de Minas Gerais le gusta gastar, pero no le gusta pagar mucho por los productos, eso va cambiando con las nuevas generaciones. Es un mercado con mucha competencia, tanto de comerciantes como de ebanistas y tapiceros", evalúa.

Además de los dos shoppings de decoración, la ciudad de Belo Horizonte concentra dos polos en los barrios de Savassi y de Lourdes. Sion, barrio noble que atrajo emprendimientos inmobiliarios de alto lujo en los últimos diez años, surge como una nueva región, con buena infraestructura comercial.

AÇÕES

Do atendimento diferenciado, passando pela qualidade e variedade de móveis e objetos de decoração, as lojas Maria Alice Decorações também contam com programas de fidelização para arquitetos e decoradores, responsáveis por 50% das vendas. “Temos o nosso próprio programa de fidelização e ingressamos há seis meses no Foco, um grupo regional de relacionamento com os profissionais. As compras são revertidas em viagens, jantares, spas e produtos das lojas”, explica Alexandre.

Outra forma de relacionamento com os clientes é a realização de uma mostra anual da própria loja, que já está na 4ª edição. Decoradores e arquitetos de Belo Horizonte são convidados a montar ambientes que permanecem expostos por cerca de oito meses. Além disso, a Maria Alice Decorações participa de eventos como Casa Cor e Morar Mais por Menos.



ACCIONES

Desde la atención diferenciada, pasando por la calidad y variedad de muebles y objetos de decoración, las tiendas Maria Alice Decorações también cuentan con programas de fidelización para arquitectos y decoradores, responsables por el 50% de las ventas. “Tenemos nuestro propio programa de fidelización e ingresamos hace seis meses en el Foco, un grupo regional de relación con los profesionales. Se destinan el valor de las compras a viajes, cenas, spas y productos de las tiendas, explica Alexandre.

Otro modo de relación con los clientes es la realización de una muestra anual de la propia tienda, que ya está en la 4º edición. Se les invitan a decoradores y arquitectos de Belo Horizonte a montar ambientes que permanezcan expuestos por cerca de ocho meses. Además, Maria Alice Decorações participa de eventos como Casa Cor y Morar Mais por Menos.

ABIMAD

Para administrar as quatro lojas e apresentar aos seus clientes as principais novidades em estilos de decoração, Alexandre Ferreira Miranda acompanha feiras no exterior, visita lojas de outros Estados e conhece as fábricas de seus fornecedores. “É um troca de ideias que ajuda a montar o mix de produtos em nossos showrooms”.

Já para comprar os móveis e objetos de acordo com o perfil de cada loja, Alexandre, acompanhado da mãe, fundadora da marca, e da supervisora de Vendas, Marisa Almeida, comparece as feiras da ABIMAD, em fevereiro e julho. “A ABIMAD é referencia no mercado brasileiro. É uma feira que todos esperam e onde se consegue bons parceiros com variedade de produtos. Cerca de 80% do que é comercializado em nossas lojas vieram da ABIMAD”. O cliente da Maria Alice Decorações encontra mobiliário e acessórios de inúmeros associados da ABIMAD, como Abitare Home, Ana Verona, Antica, Art Home, Arte Nova, Artisan, Aspectto Design, Bell’Arte, Brisa, Buchara, BTC, Casalecchi, CGS, China Shopping, Cia das Fibras, Cristais di Murano, Cores da Terra, Doimo, Elisê, Essenza, Estobel, Germânia, Estofados Jardim, Feeling, Formanova, Formiline, Herval, In Garden, Liberal e Marini, Lucatti, Mannes, Marizza Prado, Minuano, Modali, Armil, Sier, Recliners, Reginez, Ribeiro e Pavani, Rivatti, Santa Mônica Tapetes, Sarquis e Samara, Scarazzato, Steel Forma, Studio Casa, Tapetah, Tapis, Tapetes São Carlos, Tec Line, Tissot, Tok Glass, Urban, Via Star, Vila Nobre e Voler. Para escolher os fornecedores, a Maria Alice Decorações visita fábricas para verificar estrutura de produção, prazos de entrega, garantia e assistência técnica. “Faço uma pesquisa detalhada e procuro um relacionamento cada vez maior com os fornecedores que tenham o mesmo pensamento que o nosso, ou seja, sempre buscando novidades”.

ABIMAD

Para administrar las cuatro tiendas y presentar a sus clientes las principales novedades en estilos de decoración, Alexandre Ferreira Miranda acompaña ferias en el exterior, visita tiendas de otros Estados y conoce las fábricas de sus proveedores. "Es un intercambio de ideas que ayuda a montar la variedad de productos en nuestros showrooms".

Para comprar los muebles y objetos según el perfil de cada tienda, Alexandre, acompañando de la madre, fundadora de la marca, y de la Supervisora de Ventas, Marisa Almeida, comparece a las ferias de ABIMAD, en febrero y julio. "La ABIMAD es referencia en el mercado brasileño. Es una feria que todos esperan y donde se logran buenos aliados con variedad de productos. Cerca del 80% de lo que se comercializa en nuestras tiendas vinieron de la ABIMAD". El cliente de Maria Alice Decorações encuentra mobiliario y accesorios de innúmeros asociados de ABIMAD, como Abitare Home, Ana Verona, Antica, Art Home, Arte Nova, Artisan, Aspectto Design, Bell'Arte, Brisa, Buchara, BTC, Casalecchi, CGS, China Shopping, Cia das Fibras, Cristais di Murano, Cores da Terra, Doimo, Elisê, Essenza, Estobel, Germânia, Estofados Jardim, Feeling, Formanova, Formiline, Herval, In Garden, Liberal e Marini, Lucatti, Mannes, Marizza Prado, Minuano, Modali, Armil, Sier, Recliners, Reginez, Ribeiro e Pavani, Rivatti, Santa Mônica Tapetes, Sarquis e Samara, Scarazzato, Steel Forma, Studio Casa, Tapetah, Tapis, Tapetes São Carlos, Tec Line, Tissot, Tok Glass, Urban, Via Star, Vila Nobre y Voler. Para elegir a los proveedores, Maria Alice Decorações visita las fábricas para verificar la estructura de producción, plazos de entrega, garantía y asistencia técnica. "Hago un estudio detallado y busco una relación cada vez más cercana con los proveedores que tengan el mismo pensamiento que el nuestro, o sea, siempre buscando novedades".

PRODUÇÃO NACIONAL

Para Alexandre Ferreira Miranda, os fabricantes nacionais têm acompanhado o mercado internacional, oferecendo produtos competitivos de acordo com as tendências mundiais. A única ressalva é com relação a soluções em termos de mecanismos. "Em função do Custo Brasil não conseguimos trabalhar com esses recursos, o que acaba inviabilizando o produto no valor final. Em algumas situações, ainda falta na produção nacional, mas também entendemos que tudo isso é custo e nós vivemos em uma economia, que da forma como está hoje, o preço faz a diferença", avalia. Para ele, se o consumidor achar o custo interessante, de um sofá retrátil ou reclinável com alto-falantes, por exemplo, ele compra.

Quanto ao interesse do cliente por peças assinadas, Alexandre percebe que o público não é 100% influenciável por esse fator. "A peça assinada tem um peso, mas nem todos querem pagar por isso. Por outro lado, é a garantida de um produto original e não uma cópia, além de dar um destaque na decoração de um ambiente".

www.mariaalicedecoracoes.com.br
Fotos: Ricardo Mangold

PRODUCCIÓN NACIONAL

Para Alexandre Ferreira Miranda, los fabricantes nacionales vienen acompañando el mercado internacional, ofreciendo productos competitivos de acuerdo con las tendencias mundiales. La única reserva es con relación a soluciones referentes a mecanismos. "Debido al Costo Brasil, no logramos trabajar con estos recursos, lo que termina haciendo que el producto sea inviable en el valor final. El algunas situaciones, aún falta en la producción nacional, pero también entendemos que todo eso es costo y vivimos en una economía que, del modo como está hoy, el precio hace la diferencia", evalúa. Para él, si el consumidor se atrae por el costo de un sofá retráctil o reclinable con parlantes, por ejemplo, él se lo compra.

Con relación al interés del cliente por piezas firmadas, Alexandre observa que el público no es el 100% influenciable por ese factor. "La pieza firmada tiene un peso, pero no todos quieren pagar por eso. Por otro lado, es la garantía de un producto original y no una copia, además de dar un destaque en la decoración de un ambiente".

Lucatti
Artes e Decorações

Há mais de 30 anos levando

REQUINTE E EXCLUSIVIDADE

para as melhores lojas do país.

Visite nosso
Catálogo Virtual

www.lucattiartes.com

(13) 3313-1747 | 4010-1740

contato@lucattiartes.com

EM CASA COM CECIL BEATON

EN CASA CON CECIL BEATON

POR MARIA IGNEZ BARBOSA

EM SALISBURY, TERRA DA FAMOSA CATEDRAL DE ESTILO GÓTICO, NO MUSEU SOUTH WILTSHIRE, UMA BELA EXPOSIÇÃO, "CECIL BEATON AT HOME ASHCOMBE & REDDISH", REMEMORA O TALENTO DECORATIVO DE UM MULTIFACETADO "RENAISSANCE MAN" DO SÉCULO XX. FOTÓGRAFO AUTODIDATA E PRATICANTE DESDE A INFÂNCIA, PROVOU SER TAMBÉM UM DOTADO CRIADOR DE COSTUMES, CENARISTA, TEATRÓLOGO, DESIGNER DE TECIDOS, CRONISTA DA VOGUE E TAMBÉM, COM A AJUDA, DIZ-SE, DE "GHOST WRITERS", CECIL WALTER HARDY BEATON (1904- 1980) UM SOFISTICADO ESCRITOR SOBRE INTERIORES REFINADOS E PERSONALIDADES RELEVANTES DE SUA ÉPOCA.

CECIL BEATON EM FRENTE A REDDISH HOUSE EM BROAD CHALKE (UK) – 1947

EN SALISBURY, TIERRA DE LA FAMOSA CATEDRAL DE ESTILO GÓTICO, EN EL MUSEO SOUTH WILTSHIRE, UNA BELLA EXPOSICIÓN "CECIL BEATON AT HOME ASHCOMBE&REDDISH", REMEMORA EL TALENTO DECORATIVO DE UN MULTIFACÉTICO "RENAISSANCE MAN" DEL SIGLO XX. FOTÓGRAFO AUTODICTADA Y PRACTICANTE DESDE LA INFANCIA, HA PROBADO QUE TAMBIÉN ERA UN DOTADO CREADOR DE COSTUMBRES, GUIONISTA, TEATRÓLOGO, DISEÑADOR DE TEJIDOS, CRONISTA DE VOGUE Y TAMBIÉN, CON LA AYUDA, SE DICE, DE "GHOST WRITERS", CECIL WALTER HARDY BEATON (1904-1980) UN SOFISTICADO ESCRITOR ACERCA DE INTERIORES REFINADOS Y PERSONALIDADES RELEVANTES DE SU ÉPOCA.

RETRATO DE CECIL BEATON POR HENRY LAMB (1935)

CENA DO FILME MY FAIR LADY

São dele, por exemplo, os cenários e figurinos de Audrey Hepburn no filme My Fair Lady (1964) e também as conhecidas fotos (inclusive a da coroação de Elizabeth II) da família real inglesa que fotografou durante décadas. Poucos são os grandes fotógrafos do século XX que não se deixaram influenciar pelo trabalho dessa figura que já foi consagrada em exposições como a retrospectiva de sua obra na National Portrait Gallery, em Londres, em 1968, e as que ocorreram durante o jubileu da Rainha em 2012, no Victorian & Albert Museum, que ressaltavam como seu exemplo ajudou a moldar a fotografia contemporânea de hoje. Seriam seus discípulos, entre outros, David Bailey, Lord Snowdon (Tony Armstrong Jones), de Mario Testino a Annie Leibovitz. Esta última, quando convidada a fazer um portrait da Rainha Elizabeth II, em 2007, no Buckingham Palace, não hesitou em afirmar: "Tratei dessa foto de uma maneira documental. Gosto da tradição, dos retratos de Cecil Beaton. Eles são muito importantes para mim".

Um, entre os quatro filhos de Ernest e Etty Beaton, um casal que se conheceu fazendo teatro amador, Cecil Beaton nasceu no bairro de Hampstead. Pequeno, adorava quando lhe permitiam ver a mãe vestir-se para uma ocasião especial. Tratava-se de um longo ritual que deixava atrás de si uma desordem perturbadora e, no menino, fantasias sobre a sofisticação das festas frequentadas pelos pais. Na escola, cantava e, aos 11 anos, com a ajuda da babá que era dona de uma Kodak 3A, daquelas que se expandiam, começou não só a fotografar como a revelar no porão da casa de seus pais. Anos mais tarde, depois de muito treinar usando a mãe e as irmãs como modelos, em plenos anos frívolos, loucos e criativos do Pós-Primeira Guerra, as fotos da poetisa Edith Sitwell tal uma escultura gótica e fúnebre, feitas em 1926, chamaram a atenção da revista Vogue. Era o início de uma associação da vida inteira com a Condé Nast e de um vai e vem profissional entre a Europa e os Estados Unidos escrevendo, ilustrando, fotografando e colecionando amigos.

Son de él, por ejemplo, los escenarios y vestuarios de Audrey Hepburn en la película My Fair Lady (1964) y también las conocidas fotos (incluso la de la coronación de Elizabeth II) de la familia real inglesa que ha fotografiado durante décadas. Pocos son los grandes fotógrafos del siglo XX que no se dejaron influenciar por el trabajo de esa figura, que ya ha sido consagrada en exposiciones como la retrospectiva de su obra en National Portrait Gallery, en Londres, en 1968, y las que se realizaron durante el jubileo de la Reina en 2012, en el Victorian & Albert Museum, que resaltaban cómo su ejemplo ha ayudado a moldar la fotografía contemporánea de hoy. Serían sus discípulos, entre otros, David Bailey, Lord Snowdon (Tony Armstrong Jones), de Mario Testino y Annie Leibovitz. Esa última, cuando la invitaron para hacer un portrait de la Reina Elizabeth II, en 2007, en el Buckingham Palace, no dudó en afirmar: "Traté esa foto de un modo documental. Me gusta la tradición, los retratos de Cecil Beaton. Ellos son muy importantes para mí".

Uno, entre los cuatro hijos de Ernest y Etty Beaton, una pareja que se conoció haciendo teatro amateur, Cecil Beaton nació en el barrio Hampstead. Pequeño, le encantaba cuando le permitían ver a la madre vestirse para una ocasión especial. Se trataba de un largo ritual que dejaba detrás de ella un desorden perturbador y al niño le provocaban fantasías acerca de la sofisticación de las fiestas frecuentadas por los padres. En la escuela cantaba y, a los 11 años, con la ayuda de la niñera que era dueña de una Kodak 3A, de aquellas que se expandían, comenzó no solo a fotografiar sino también a revelar en el sótano de la casa de sus padres. Tras algunos años, después de mucho entrenar usando a la madre y a las hermanas como modelos, en plenos años frívolos, locos y creativos del Post Primera Guerra, las fotos de la poetisa Edith Sitwell tal cual una escultura gótica y fúnebre, hechas en 1926, llamaron la atención de la revista Vogue. Era el inicio de una asociación de toda la vida con Condé Nast y de un vaivén profesional entre Europa y los Estados Unidos escribiendo, ilustrando, fotografiando y coleccionando a amigos.

No delicioso livro The Glass of Fashion, de 1954, onde não só descreve seus amigos famosos como os desenha com bico de pena, Beaton deixa evidenciada a quantidade de amizades masculinas e sobretudo femininas que já fizera até então e que iam de Wallys Simpson, Charles de Beisteguy, Jean Cocteau até a milionária Millicent Rogers (socialite e colecionadora americana que vestia Charles James, o costureiro anglo-americano sobre quem o Metropolitan Museum of Art acaba de inaugurar uma exposição). Num caderno de visitas de 1951, atesta-se que entre abril e maio daquele ano passaram por sua casa figuras como Henri Cartier Bresson, outro icônico fotógrafo, os pintores Lucien Freud e Francis Bacon, assim como o coreógrafo do Royal Ballet, Frederick Ashton. Espirituoso, sobre sua amiga, a decoradora Syrie Maugham, uma das primeiras a fazer nos anos 20, trinta ambientes todos brancos, dizia que seu único traço de mau gosto tinha sido casar-se com Somerset Maugham, o escritor de O Fio da Navalha e de Servidão Humana, que ele considerava irascível e mal educado.

Ao longo da vida, figuras como Jean Paul Sartre, Picasso, Elsa Schiaparelli, Marlon Brando, Bianca Jagger e os Rolling Stones, entre tantos outros, pousaram para suas lentes.

Um brasileiro que privou da amizade de Beaton foi o decorador Julio Senna, que em uma passagem por Nova York, entre 1945 e 1947, teve a oportunidade de trabalhar na revista Harper's Bazaar, onde conheceu o fotógrafo inglês. Senna foi fotografado por Beaton no Central Park e teve seu retrato desenhado com bico de pena.

Foi na verdade depois da Segunda Guerra, quando a Europa tentava se reerguer, que Cecil Beaton passou a aceitar convites de Hollywood e da Broadway para desenhar sets e costumes para o cinema, balé e ópera. Em 1946 não só idealizou os cenários como atuou num *revival* de Lady Windermer's Fan de Oscar Wilde. Seus costumes para o musical My Fair Lady, com Julie Andrews e Rex Harrison, tanto encantaram as plateias que ele logo se viu desenhando os figurinos do filme Gigi, em 1958, e os de My Fair Lady em 1964. Em 1955, 57, 60 e 70 arrebanhou os prêmios Tony por melhor costume para o teatro e, em 1965, ganhou o Oscar por melhor costume no cinema.

En el delicioso libro The Glass of Fashion, de 1954, donde no solo describe a sus amigos famosos sino que también los dibuja con plumín, Beaton deja evidenciada la cantidad de amistades masculinas y, principalmente, femeninas que ya hicieron hasta entones y que iban desde Wallys Simpson, Charles de Beisteguy, Jean Cocteau hasta la millonaria Millicent Rogers (socialité y coleccionadora estadounidense que vestía a Charles James, el sastre angloamericano sobre quien el Metropolitan Museum of Art acaba de inaugurar una exposición). En un cuaderno de visitas de 1951, se comprueba que entre abril y mayo de aquel año pasaron por su casa figuras como Henri Cartier Bresson, otro fotógrafo icónico, los pintores Lucien Freud y Francis Bacon, así como el coreógrafo del Royal Ballet, Frederick Ashton. Espirituoso, acerca de su amiga, la decoradora Syrei Maugham, una de las primeras a hacer, en los años 20, treinta ambientes todos blancos, decía que su único rasgo de mal gusto había sido casarse con Somerset Maugham, el escritor de El Filo de la Navaja y de Servidumbre Humana, que él consideraba irascible y mal educado.

A lo largo de la vida, figuras como Jean Paul Sastre, Picasso, Elsa Schiaparelli, Marlon Brando, Bianca Jagger y los Rolling Stones, entre tantos otros, posaron para sus lentes.

Un brasileño que se privó de la amistad de Beaton fue el decorador Julio Senna, que en una visita a Nueva York, entre 1945 y 1947, tuvo la oportunidad de trabajar en la revista Harper's Bazaar, donde conoció al fotógrafo inglés. Beaton ha fotografiado a Senna en el Central Park y ha dibujado su retrato con plumín.

En realidad, fue después de la Segunda Guerra, cuando Europa intentaba reconstruirse, que Cecil Beaton pasó a aceptar invitaciones de Hollywood para diseñar sets y costumbres para el cine, ballet y ópera. En 1946 no solo idealizó los escenarios sino también que actuó en un revival de Lady Windermer's fan de Oscar Wilde. Sus costumbres para el musical My Fair Lady, con Julie Andrews y Rex Harrison, encantaron tanto a las plateas que él luego se vio diseñando los vestuarios de la película Gigi, en 1958, y los de My Fair Lady en 1964. En 1955, 57, 60 y 70 reunió los premios Tony por mejor costumbre para el teatro y, en 1965, ganó el Oscar por mejor costumbre en el cine.

CECIL BEATON FOTOGRAFOU A MODELO DORIAN LEIGH PARA A CAMPANHA 'MODESS ... BECAUSE' 1950

CIRCUS BED

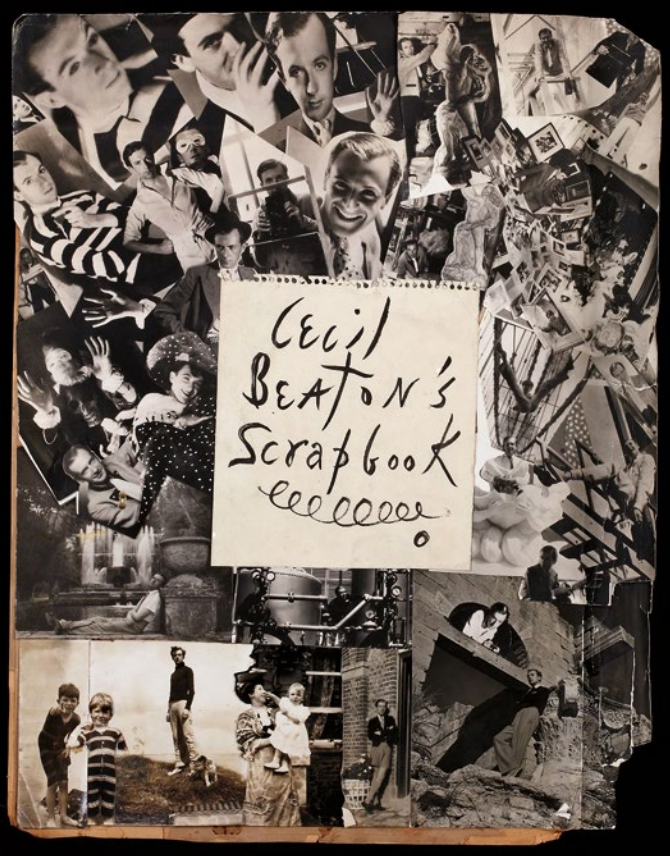
Apesar de tido como homossexual, de que se falasse de um caso seu com Gary Cooper e de ser notório que amava platonicamente o amigo Peter Watson, ficou conhecida em sua história de vida o *affair* e a grande paixão que teve por Greta Garbo, cujos olhos se transformaram em estampa de tecido desenhado por ele, o "Garbop's Eyes" e que vem sendo reeditado pela tecelagem Beauderest desde 2007. Além desse padrão, faz sucesso, entre outros, o "Beaton Beauties" que ganhou prêmio de melhor estampa do ano em Londres em 2008 e que despertou a curiosidade dos compradores que queriam identificar as famosas amigas de Beaton.

Fora os tecidos, que nos dão acesso hoje à criatividade de Cecil Beaton, também o famoso scrapbook que montou como um diário durante toda a vida e que continha recortes, fotos, comentários, desenhos, fofocas e o que lhe viesse à mente; editado pela Assouline há alguns anos. Compilado por James Danziger, o livro pesa vários quilos e pode ser, além de diversão, uma bela peça decorativa em qualquer mesa de frente de sofá sofisticada.

A exposição no Wiltshire Museum, inaugurada em 23 de maio último e que estará aberta ao público até 19 de setembro, se concentra no trabalho que fez em duas casas onde morou e que prezava especialmente: Ashcombe, situada perto de Tollard Royal, e a Reddish, em Broad Chalke, na mesma região. Segundo o curador Andrew Ginger, um Beaton maníaco, o décor de Ashcombe mostra um jovem de 26 anos, independente, alegre e se divertindo em entreter amigos. Já Reddish atesta a maturidade, a presença de uma certa teatralidade influenciada por seu trabalho no teatro, especialmente os sets em estilo Eduardiano que fez para Lady's Windermere's Fan e filmes como Ana Karenina.

A casa de Ashcombe, que Beaton possuiu durante 15 anos e onde adornou a porta de entrada com elementos no estilo Palladio desenhados por Rex Whistler, hoje pertence a Guy Ritchie, que foi marido de Madonna e que ali morou com ela por um curto espaço de tempo. Nos tempos de Beaton era frequentada por boêmios, artistas e bissexuais que ali se juntavam em festas temáticas e reuniões extravagantes.

CAPA DO SCRAPBOOK DE CECIL BEATON – 1937 – ASHCOMBE



MANSÃO ASHCOMBE, QUE PERTENCEU A CECIL BEATON – PINTURA DE REX WHISTLER - 1930

A pesar de que decían que era homosexual, de que se hablaran de una relación suya con Gary Cooper y de que era notorio que le amaba platónicamente al amigo Peter Waston, se hizo conocida en su historia de vida el romance y gran pasión que tuvo por Greta Garbo, cuyos ojos se convirtieron en estampado de tejido diseñado por él, el "Garbop's Eye" y que viene siendo reeditado por la tejeduría desde 2007. Además de ese estándar, se hizo extiso, entre otros, el "Beaton Beauties" que ganó premio de mejor estampado del año en Londres en 2008 y que despertó la curiosidad de los compradores que querían identificar a las famosas amigas de Beaton.

Junto con los tejidos, que hoy nos dan acceso a la creatividad de Cecil Beaton, también está el famoso scrapbook que montó como un diario durante toda la vida y que contenía recortes, fotos, comentarios, dibujos, chismes y lo que se le ocurriera; editado por la Assouline hace algunos años. Compilado por James Danziger, el libro pesa muchos kilos y puede ser, además de diversión, una bella pieza decorativa en cualquier mesa ante un sofá sofisticado.

La exposición en el Wiltshire Museum, inaugurada el 23 de mayo último y que estará abierta al público hasta el 19 de septiembre, se concentra en el trabajo que realizó en dos casas donde vivió y que priorizaba especialmente: Ashcombe, ubicada cerca de Tollard Royal, y la Reddish, en Broad Chalke, en la misma región. Según el curador Andrew Ginger, un Beaton maníaco, el décor de Ashcombe muestra a un joven de 26 años, independiente, alegre y divirtiéndose al entretener a amigos. A su vez, Reddish avala la madurez, la presencia de cierta teatralidad influenciada por su trabajo en el teatro, especialmente los sets en estilo Eduardiano que hizo para Lady's Windermere's Fan y películas como Ana Karenina.

La casa de Ashcombe, que Beaton poseyó durante 15 años y la cual adornó la puerta de entrada con elementos en el estilo Palladio diseñados por Rex Whistler, hoy pertenece a Guy Ritchie, que ha sido marido de Madonna y que allí vivió con ella durante poco tempo. En los tiempos de Beaton, la frecuentaban bohemios, artistas y bisexuales que allí se reunían en fiestas temáticas y reuniones extravagantes.

CECIL BEATON EM SEU PRIMEIRO TRAJE NA NOITE DO FÊTE CHAMPÊTRE, EM SEU QUARTO CIRCUS - 10 DE JULHO DE 1937

PAPEL DE PAREDE E TECIDO DA CADEIRA DA COLEÇÃO CECIL BEATON FABRICS – BEAUDESERT UK

ESTAMPA OLHOS DE GRETA GARBO - COLEÇÃO CECIL BEATON FABRICS – BEAUDESERT UK

Em matéria de influências, nessa fase juvenil, aparecia na casa um pouco de tudo: do barroco austríaco ao vitoriano das cadeiras decoradas com madrepérola. Tambores militares serviam de mesas laterais e murais em estilo circense pintados por amigos cobriam as paredes. Em uma festa campestre, em 1937, a casinha de tijolos no jardim foi circundada de guirlandas de flores de papel e o gramado em frente foi ocupado por ovelhas com laços de cetim no pescoço.

Apesar de muitos de seus móveis estarem perdidos, o curador Andrew Ginger e Roger Barnard, donos da tecelagem Beaudesert, situada também nos arredores de Wiltshire, conseguiram recriar para a exposição algumas das peças mais emblemáticas. Entre elas, a cama de dossel inspirada num carrossel, policromada e esculpida com figuras mitológicas como cavalos marinhos. Uma estampa sobre chintz cor de rosa que Beaton muito admirava, foi recriada pela Beaudesert para forrar um sofá que estava ainda em Reddish. E dois painéis com 3000 botões de madrepérola aplicados, réplicas dos muitos que compunham as cortinas originais ornamentadas com 3 milhões de botões do estúdio do fotógrafo em Ashcombe, foram recriadas em Bangalore.

Em sua biografia, Cecil Beaton deixa dito que o trabalho de um "fashion photographer" é produzir uma apoteose. Seria transformar um sonho em realidade, atingir a perfeição, o momento máximo. No posfácio do livro "Queen Elizabeth II: Portraits by Cecil Beaton", Mario Testino lembra "o set, as luzes, as roupas...essa mágica à qual todos almejamos...Em nosso mundo moderno, entretanto, tudo é rápido, da fotografia à comida, mas Beaton era o oposto disso tudo. Era como um jantar de cinco pratos, à luz de velas e com amigos à volta".

Sua obra é um registro muito claro das transformações estéticas ocorridas durante o século XX e sobre as pessoas que, por sua atitude e comportamento, foram fundamentais para a formação do gosto num período muito rico da história da moda e da decoração.

Con relación a las influencias, en esa etapa juvenil, aparecía en la casa un poco de todo: desde lo barroco austríaco hasta lo vitoriano de las sillas decoradas con madreperla. Tambores militares servían de mesas laterales y murales en estilo circense pintados por amigos cubrían las paredes. En una fiesta campestre, en 1937, la casita de ladrillos en el jardín estuvo rodeada de guirnaldas de flores de papel y el césped enfrente estuvo ocupado por ovejas con moños de satén en el cuello.

A pesar de que muchos de sus muebles estén perdidos, el curador Andrew Ginger y Roger Barnard, dueños de la tejeduría Beaudesert, ubicada también en los alrededores de Wiltshire, lograron recrear para la exposición algunas piezas más emblemáticas. Entre las piezas, la cama de dosel inspirada en una carrusel, policromada con figuras mitológicas como caballos marinos. Un estampado sobre chintz de color rosa el cual Beaton admiraba mucho ha sido recreado por la Beaudesert para forrar un sofá que aún estaba en Reddish. Y de los paneles con 3000 botones de madreperla aplicados, réplicas de los muchos que componían las cortinas originales ornamentadas con 3 millones de botones del estudio del fotógrafo en Ashcombe, han sido recreadas en Bangalores.

En su biografía, Cecil Beaton deja dicho que el trabajo de un "fashion photographer" es producir una apoteosis. Sería como realizar un sueño, alcanzar la perfección, el momento máximo. En el postfacio del libro "Queen Elizabeth II: Portraits by Cecil Beaton", Mario Testino recuerda "el set, las luces, las ropas... esa mágica a la cual todos anhelamos... En nuestro mundo moderno, sin embargo, todo es rápido, desde la fotografía hasta la comida, pero Beaton era el opuesto de todo eso. Era como una cena de cinco platos, a luz de las velas y con amigos alrededor".

Su obra es un registro muy claro de las transformaciones estéticas ocurridas durante el siglo XX y sobre las personas que, por su actitud y comportamiento, fueron fundamentales para la formación del gusto en un período muy rico de la historia de la moda y de la decoración.

Cecil Beaton at Home
Ashcombe and Reddish
Até 19 de setembro de 2014
Museu South Wiltshire
Salisbury – UK

www.salisburymuseum.org.uk
www.cecilbeatonathome.com
www.cecilbeatonfabric.com
www.beaudesert.co.uk

FOTOS: DIVULGAÇÃO / © PRIVATE COLLECTION / © JOHNSON & JOHNSON / © CECIL BEATON ARCHIVE, SOTHEBY / ASHCOMBE © GETTY IMAGES/ TIME LIFE / BEAUDESERT UK

MOBITALY

ACERVO DE MÓVEIS

CADEIRAS 100% ITALIANAS

Rua Guareí, 155 • Água Rasa • São Paulo - SP • 11 2606 0511 • contato@mobitaly.com.br • www.mobitaly.com.br

ARQUITETURA DO MOBILIÁRIO

ARQUITECTURA DEL MOBILIARIO

O ARQUITETO E DESIGNER FABRICIO RONCCA BUSCA NA VANGUARDA ARQUITETÔNICA BRASILEIRA A INSPIRAÇÃO PARA DESENVOLVER PROJETOS DE ARQUITETURA E MOBILIÁRIO.

EL ARQUITECTO Y DISEÑADOR FABRICIO RONCCA BUSCA EN LA VANGUARDIA ARQUITECTÓNICA BRASILEÑA LA INSPIRACIÓN PARA DESARROLLAR PROYECTOS DE ARQUITECTURA Y MOBILIARIO.

Inspirado em obras do arquiteto Oscar Niemeyer, Fabricio Roncca desenvolveu uma coleção de móveis para participar do Prêmio Brasilidade Industrial, organizado pela revista Casa Claudia (Editora Abril) e pela A Lot of Brasil no início de 2014. Roncca conquistou o segundo lugar com a cadeira "Occhio" (olho, em italiano), inspirada no Museu Oscar Niemeyer (MON), de Curitiba. Completam a coleção a cadeira do Palácio do Planalto, a poltrona do Palácio da Alvorada, a namoradeira da Marques de Sapucaí e um banco que une as linhas do Edifício Copan com a calçada da praia de Copacabana. A proposta do concurso era apresentar apenas projetos de mobiliário para se sentar. "Busco bastante a referência da arquitetura no design, transformando esta linguagem, principalmente de edifícios de arquitetos brasileiros de vanguarda, em móveis. Vejo o mobiliário com as mesmas características de um edifício, da tríade: Estética, Funcionalidade e Estrutura. Trabalho o móvel desta forma, com material apropriado, uso específico, além da beleza, da estética", explica. Empresas como o Grupo Arte Nova (Marka/Steel/Unue), Bell'Arte e Tissot, associadas à ABIMAD, têm mobiliário assinado pelo designer Fabricio Roncca.

FABRICIO RONCCA
ARQUITETO E
DESIGNER

Inspirado en obras del arquitecto Oscar Niemeyer, Fabricio Roncca desarrolló una colección de muebles para participar del Premio Brasilidad Industrial, organizado por la revista Casa Claudia (Editora Abril) y por A Loft of Brasil en el inicio de 2014. Roncca conquistó el segundo puesto con la silla "Occhio" (ojo, en italiano), inspirada en el Museo Oscar Niemeyer (MON), de Curitiba Completan la colección la silla del Palácio do Planalto, el sillón del Palácio da Alvorada, el sofá de dos plazas de Marques de Sapucaí y un banco que une las líneas del Edificio Copan con la acera de la playa de Copacabana. la propuesta del concurso era presentar solo proyectos de mobiliario para sentarse. "Busco mucho la referencia de la arquitectura en el diseño, convirtiendo ese lenguaje, principalmente de edificios de arquitectos brasileños de vanguardia, en muebles. Veo el mobiliario con las mismas características de un edifico, de la tríade: Estética, Funcionalidad y Estructura. trabajo el mueble de este modo, con material apropiado, uso específico, además de la belleza, de la estética", aclara. Empresas como el Grupo Arte Nova (Marka/Steel/Unue), Bell'Arte y Tissot, asociadas a la ABIMAD, tienen mobiliario firmado por el diseñador Fabricio Roncca.

CARREIRA

Nascido em Ribeirão Preto (SP), Fabricio passou a infância e boa parte da adolescência em Belo Horizonte (MG), cidade referência em monumentos arquitetônicos históricos, como o Conjunto Arquitetônico da Pampulha, projetado por Oscar Niemeyer. "O desenho vem desde a época de criança, quando eu acompanhava a minha mãe, que é formada em Artes Plásticas, nas aulas de serigrafia, argila e pintura", relembra.

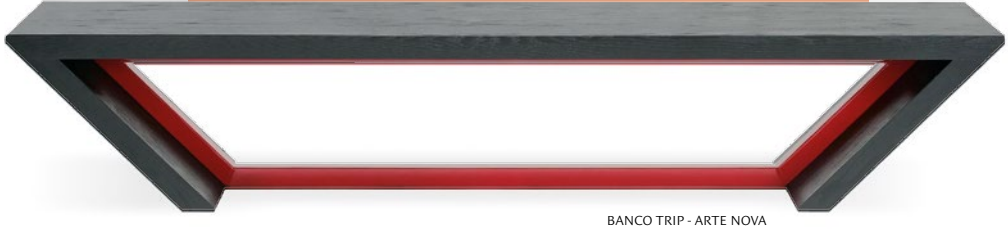
Aos 16 anos Fabricio mudou-se com a família para Londrina (PR), onde cursou arquitetura na UEL (Universidade Estadual de Londrina) com especialização em Pós-Modernidade e Gestão do Design. No início da carreira, como estagiário em um escritório de arquitetura, Fabricio começou a desenhar algumas peças de mobiliário, especialmente dormitórios, cabeceiras e criados-mudos. "Não tinha nenhum pensamento em trabalhar com design; aconteceu naturalmente. Foi uma necessidade do escritório, que também trabalhava com design de interiores. Comecei a me apaixonar pela questão de desenhar objetos e móveis como peças importantes do espaço, de funcionamento", explica Fabricio, que inaugurou em 2008 seu próprio escritório, o Studio Fabricio Roncca.

CARRERA

Nascido en Ribeirão Preto (SP), Fabricio pasó su infancia y gran parte de la adolescencia en Belo Horizonte (MG), ciudad referencia en monumentos arquitectónicos históricos, como el Conjunto Arquitectónico de la Pampulha, proyectado por Oscar Niemeyer. "El diseño viene desde la época de niño, cuando le acompañaba a mi madre, que es graduada en Artes Plásticas, en las clases de serigrafía, arcilla y pintura", recuerda.

A los 16 años, Fabricio se mudó con la familia a Londrina (PR), donde cursó arquitectura en la UEL (Universidad Estatal de Londrina) con especialización en Postmodernidad y Gestión del Diseño. Al inicio de la carrera, como pasante en una oficina de arquitectura, Fabricio comenzó a diseñar algunas piezas de mobiliario, especialmente dormitorios, cabeceras y mesitas de luz. "Nunca he pensado en trabajar con diseño; se dio naturalmente. Fue una necesidad de la oficina, que también trabajaba con diseño de interiores. Comencé a enamorarme por la cuestión de diseñar objetos y muebles como piezas importantes del espacio, de funcionamiento", aclara Fabricio, que inauguró en 2008 su propia oficina, el Studio Fabricio Roncca.

PUFF BOTTY
BELL'ARTE



BANCO TRIP - ARTE NOVA

O MAIS ALTO PADRÃO EM REQUINTE

RACKS | MESAS DE CENTRO | MESA LATERAL | APARADORES

LINHA APPLE

Para montar uma composição minimalista, é preciso prestar atenção nos detalhes e evitar os excessos. Pensando nisso a DAZ Design desenvolveu para Universum Móveis a Coleção Apple, são peças retas, com o uso de espelhos e laca brilho. Elegância em seu ambiente.

30 ANOS UNIVERSUM MÓVEIS

54 3293 1488 - Antonio Prado - RS **www.universum.com.br**

CADEIRA OCCHIO INSPIRADA EM OSCAR NIEMEYER

ARQUITETURA X DESIGN

Atuando na área corporativa e residencial, o Studio Fabricio Roncca tem projetos em São Paulo e interior, além de diversas cidades no Paraná. "O mercado está bem aquecido e cresceu muito nos últimos cinco anos. Londrina virou um pólo regional na parte da arquitetura. A questão dos novos materiais, por exemplo, é um reflexo desse crescimento", avalia.

Sempre disposto a acompanhar o que está acontecendo em todas as áreas, das artes à tecnologia, Fabricio une em seus projetos arquitetônicos referências pessoais às necessidades do cliente, sem esquecer, logicamente, de fatores importantes como, por exemplo, as intempéries do terreno, a posição solar e os materiais locais. Já no design, ele aposta na emoção. "Com um traço, um plano, uma forma, você pode transformar isso em um móvel ou objeto que será usado no dia a dia", explica. Essa "facilidade" para criar é fruto da sua formação em arquitetura, respeitando sempre a questão proporcional, de volumetria. "No início utilizava o móvel como um edifício em escala reduzida, fazendo as perspectivas como se fosse um móvel habitado, pela questão dos planos, volumes e balanço. Com o tempo você vai refinando, melhorando", revela.

De acordo com Fabricio, o setor está perdendo os preceitos do movimento da arquitetura que propunha desenvolver a estrutura, o espaço e o mobiliário, referindo-se a Bauhaus, primeira escola de design do mundo, fundada em 1919, na Alemanha. "Todos os arquitetos da Bauhaus, do modernismo, faziam a arquitetura, o interior e o móvel. Acho importante a especialização, mas também acredito que devemos ter a visão geral", afirma.

No que diz respeito a arquitetura nacional, Fabricio entende que a baixa formação artística, cultural e histórica é reflexo da produção recente. "Começamos com as escolas Politécnicas, voltadas para a engenharia, ou seja, uma produção sem pensamento estético, de durabilidade. Mas devemos aceitar o que temos e, com o tempo, isso vai mudando", avalia.

BANCO COPAN INSPIRADO EM OSCAR NIEMEYER

ARQUITECTURA X DISEÑO

Actuando en el área corporativa y residencial, el Studio Fabricio Roncca tiene proyectos en São Paulo e interior, además de diversas ciudades en Paraná. "El mercado está bien agitado y creció mucho en los últimos cinco años. Londrina se convirtió en un polo regional en la parte de la arquitectura. La cuestión de nuevos materiales, por ejemplo, es un reflejo de ese crecimiento", evalúa.

Siempre dispuesto a acompañar lo que sucede en todas las áreas, desde las artes hasta la tecnología, Fabricio une en sus proyectos arquitectónicos referencias personales a las necesidades del cliente, sin olvidarse, por supuesto, de factores importantes como, por ejemplo, las intemperies del terreno, la posición solar y los materiales locales. Ya en el diseño, él apuesta en la emoción. "Con un rasgo, un plan, una forma, uno puede convertir eso en un mueble u objeto que se usará en el día a día", explica. Esa "facilidad" para crear es resultado de su formación en arquitectura, siempre respetando la cuestión proporcional, de volumetría. "Al comienzo, utilizaba el mueble como un edificio en escala reducida, haciendo las perspectivas como si fuera un mueble habitado, por la cuestión de los planos, volúmenes y balance. Con el tiempo, uno va refinando, mejorando", revela.

Según Fabricio, el sector está perdiendo los preceptos del movimiento de la arquitectura que proponía desarrollar la estructura, el espacio y el mobiliario, refiriéndose a Bauhaus, primera escuela de diseño del mundo, fundada en 1919, en Alemania. "Todos los arquitectos de Bauhaus, del modernismo, hacían la arquitectura, el interior y el mueble. Me parece importante la especialización, pero también creo que debemos tener la visión general", afirma.

En lo que se refiere a la arquitectura nacional, Fabricio entiende que la baja formación artística, cultural e histórica es reflejo de la producción reciente. "Comenzamos con las escuelas Politécnicas, enfocadas en la ingeniería, o sea, una producción sin pensamiento estético, de durabilidad. Pero, debemos aceptar lo que tenemos y, con el tiempo, eso va cambiando", evalúa.

ESTOFADO MISSO - UNUE

DESIGN PARA TODOS

Assim como aconteceu nos países escandinavos, onde o design se popularizou, para Fabricio Roncca o ideal é que o design seja um elemento de transformação social. "Vejo o móvel como a moda ou o carro. Temos que ter peças para um público seleto e outras linhas mais populares, mas não podemos perder a essência da estética, da funcionalidade em todas as produções, desde a peça artística até o design padronizado". Para ele, compartilhar ideias é uma maneira de melhorar a sociedade, o que inclui a estética, o melhor uso de um produto e sua qualidade.

Outro fator apontado por Roncca que dificulta a popularização do design no Brasil é a falta de interesse do empresário em inserir a comunidade dentro da indústria, assim como faz a moda, que usa o trabalho dos artesãos em suas coleções, exemplificando com o vestido de fuxicos apresentado pelo estilista Carlos Miele. "Não acredito que é uma questão somente de custo, mas o medo de mudar aquela produção padrão. Em todos os pontos do Brasil existem comunidades carentes perto de grandes centros e falta explorar isso dentro da indústria, usando os artesãos, as costureiras. Quando apresento produtos que remetem a nossa fauna e flora ou com reaproveitamento de lâminas, por exemplo, o empresário me diz que é difícil produzir ou não vai vender". Segundo Roncca, um dos fatores que atrapalha o crescimento do design de produto no Brasil ainda é a herança das escolas Politécnicas, assim como na arquitetura. "Seria ótimo se pudéssemos criar peças só brasileiras, de vanguarda. Talvez o mercado estivesse mais aquecido, mas temos muito coisa para fazer; trabalhar com o social, por exemplo, envolvendo o design como transformação, gerando emprego e renda. E isso pode ser no móvel, no objeto, no revestimento, no tecido ou na iluminação". Um alerta que ele faz é achar que tudo é reciclável e pode ser transformado em design. "Precisa de um tratamento estético e técnico para funcionar, caso contrário, vira peça de museu, instalação ou uma intervenção *cool*. O design vai além disso".

DISEÑO PARA TODOS

Así como ocurrió en los países escandinavos, donde el diseño se popularizó, para Fabricio Roncca lo ideal es que el diseño sea un elemento de transformación social. "Veo el mueble como la moda o el coche. Debemos tener piezas para un público selecto y otras líneas más populares, pero no podemos perder la esencia de la estética, de la funcionalidad en todas las producciones, desde la pieza artística hasta el diseño estandarizado". Para él, compartir ideas es un modo de mejorar la sociedad, lo que incluye la estética, el mejor uso de un producto y su calidad.

Otro factor señalado por Roncca que dificulta la popularización del diseño en Brasil es la falta de interés del empresario en inserir a la comunidad en la industria, así como hace la moda, que usa el trabajo de los artesanos en sus colecciones, ejemplificando con el vestido de flores en tela presentado por el estilista Carlos Miele. "No creo que es una cuestión solo de costo, sino que se trata del miedo de cambiar aquella producción estándar. En todos los puntos de Brasil existen comunidades pobres cerca de grandes centros y falta explorar eso dentro de la industria, usando a los artesanos, a las costureras. Cuando presento productos que remiten a nuestra fauna y flora o con reaprovechamiento de láminas, por ejemplo, el empresario me dice que es difícil producir o no se venderá". Según Roncca, uno de los factores que dificulta el crecimiento del diseño de producto en Brasil aún es la herencia de las escuelas Politécnicas, así como en la arquitectura. "Seria excelente si pudiéramos crear piezas solo brasileñas, de vanguardia. Quizás se calentara más el mercado, pero tenemos mucho que hacer; trabajar con lo social, por ejemplo, involucrando el diseño como transformación, generando empelo e ingresos. Y eso puede ser en el mueble, en el revestimiento, en el tejido o en la iluminación". Un alerta que él hace es creer que todo es reciclable y se puede convertir en diseño. "Necesita un tratamiento estético y técnico para funcionar, de lo contrario, se convierte en pieza de museo, instalación o una intervención 'cool'. El diseño es más que eso".

DESIGN NACIONAL

A forte ligação de Fabricio com a arquitetura brasileira é aplicada no desenvolvimento do mobiliário que leva sua assinatura. “Minhas peças têm esta linguagem, com elementos da natureza e objetos corriqueiros do cotidiano. Um gradil, uma parede de ladrilho hidráulico ou um elemento que me remeta ao passado são itens que me inspiram a fazer uma releitura e criar algo novo”, explica.

DISEÑO NACIONAL

La fuerte conexión de Fabricio con la arquitectura brasileña se aplica en el desarrollo del mobiliario que lleva su firma. “Mis piezas tienen ese lenguaje, con elementos de la naturaleza y objetos comunes del cotidiano. Un enrejado, una pared de baldosa hidráulica o un elemento que me remita al pasado son ítems que me inspiran a hacer una relectura y crear algo nuevo”, explica.

CASA EM ROLÂNDIA (PR)

MESA DE CENTRO PINNO
STEEL FORMA

Cozinha Gourmet

A valorização e admiração pelo design brasileiro no exterior, na opinião de Fabricio, se deve ao fato do Brasil ter uma miscelânea de etnias. "É uma característica que só nós temos, com um universo de cores, formas e texturas, diferente de tudo. O design italiano ou alemão é mais purista; no escandinavo predomina o branco com madeira clara; em países asiáticos ou africanos o design é étnico. Agora no Brasil, a maneira é diferente, mas o respeito por isso ainda é maior no exterior do que internamente. Os industriais e os responsáveis pelos departamentos internos de design deveriam abrir os olhos para essa brasilidade", afirma Fabricio, citando grandes mestres nacionais respeitados mundialmente, como Sérgio Rodrigues e Michel Arnoult, que nasceu na França, mas desenvolveu sua carreira no Brasil.

Em um futuro próximo, Fabricio acredita que teremos uma "invasão do design brasileiro" no mundo. "O país está mais globalizado, inserido no mercado mundial. Temos peças simples que carregam uma força estética muito grande assim como temos exemplos despojados que conseguimos transformar em algo absolutamente diferente e bonito".

La valorización y admiración por el design brasileño en el exterior, desde el punto de vista de Fabricio, se debe al hecho de que Brasil tiene una mezcla de etnias. "Es una característica que solo la tenemos nosotros, con un universo de colores, formas y texturas, diferente de todo. El diseño italiano o alemán es más purista; en el escandinavo, predomina el blanco con madera clara; en países asiáticos o africanos, el diseño es étnico. Ahora, en Brasil, el modo es diferente, pero el respeto por eso aún es más grande en el exterior que internamente. Los industriales y los responsables por los departamentos internos de diseño deberían abrir los ojos para esa brasilidad", afirma Fabricio, mencionando a grandes maestros nacionales respetados mundialmente, como Sérgio Rodrigues y Michel Arnoult, que nació en Francia pero desarrolló su carrera en Brasil.

En un futuro cercano, Fabricio cree que tendremos una "invasión del diseño brasileño" en el mundo. "El país está más globalizado, inserido en el mercado mundial. Tenemos piezas sencillas que cargan una fuerza estética muy grande, así como tenemos ejemplos modernos que logramos convertir en algo absolutamente diferente y lindo".

ESCRIVANINHA RINA - TISSOT

www.roncca.com.br

FOTOS: RICARDO MANGOLD / DIVULGACIÓN

LEI DO COURO: NOMENCLATURA INADEQUADA CONSTITUI CRIME

LEY DEL CUERO: NOMENCLATURA INADECUADA CONSTITUYE CRIMEN

6F DECORAÇÕES

Em vigor desde 1965, a Lei nº 4.888 proíbe a utilização do termo couro em produtos que não sejam obtidos exclusivamente de pele animal. Identificar produtos artificiais de origem industrial com as expressões "couro ecológico", "couro sintético", "eco couro", "couro fake" e até mesmo "couro legítimo" constitui crime. "São proibidas todas as expressões que insiram prefixos ou sufixos na palavra couro. Somente produtos de origem animal podem receber a denominação "couro" e, ainda assim, sem que seja acompanhada qualquer palavra à expressão", esclarece José Fernando Bello, presidente executivo do CICB (Centro das Indústrias de Curtume do Brasil).
A infração constitui crime de concorrência desleal - previsto no artigo 195 do Código Penal - cuja pena é a detenção do infrator de três meses até um ano, ou multa.

Bolsas, sapatos, cintos, bancos automotivos, móveis e objetos de decoração que utilizam a matéria-prima na sua confecção devem ser identificados apenas com a palavra "couro".

Entre as ações promovidas pelo CICB para coibir a utilização errônea destas expressões estão campanhas de comunicação e educação junto a fabricantes, lojistas e mídia em geral. "Uma das frentes de trabalho da entidade dedica-se exclusivamente a identificar as infrações na mídia, indústria e comércio, fazer as devidas orientações ao uso correto da palavra couro e acompanhar possíveis reincidências. O Instituto Nacional de Repressão à Fraude (Inarf) é um dos parceiros neste trabalho de educação, informação e cumprimento da lei", explica José Fernando Bello, que através do CICB trabalha para incentivar e sedimentar a cultura sobre o couro em todas as esferas do consumo, desde os fabricantes até os consumidores. "As respostas têm sido positivas, mas ainda temos um longo caminho neste sentido".

JOSÉ FERNANDO BELLO
PRESIDENTE DO CICB

RIBEIRO E PAVANI

BOLSAS, SAPATOS, CINTOS, BANCOS AUTOMOTIVOS, MÓVEIS E OBJETOS DE DECORAÇÃO QUE UTILIZAM A MATÉRIA-PRIMA NA SUA CONFECÇÃO DEVEM SER IDENTIFICADOS APENAS COM A PALAVRA “COURO”.

BOLSOS, ZAPATOS, CINTURONES, BANCOS AUTOMOTRICES, MUEBLES Y OBJETOS DE DECORACIÓN QUE UTILIZAN LA MATERIA PRIMA EN SU CONFECCIÓN DEBEN ESTAR IDENTIFICADOS SOLO CON LA PALABRA "CUERO".

HOME COLLECTION

En vigor desde 1965, la Ley nº 4.888 prohíbe la utilización del término cuero en productos que no se los han obtenido exclusivamente de piel animal. Identificar productos de origen industrial con las expresiones "cuero ecológico", "cuero sintético", "eco cuero", "cuero fake" e incluso "cuero legítimo" constituye crimen. "Están prohibidas todas las expresiones que insieran prefijos o sufijos en la palabra cuero. Solo productos de origen animal pueden recibir la denominación "cuero" y, aún así, sin que la expresión esté acompañada de cualquier palabra", aclara José Fernando Bello, presidente ejecutivo del CICB (Centro de las Industrias de Curtiembre de Brasil). La infracción constituye crimen de competencia desleal – previsto en el artículo 195 del Código Penal – cuya pena es la detención del infractor de tres meses a un año, o multa.

Bolsos, zapatos, cinturones, bancos automotrices, muebles y objetos de decoración que utilizan la materia prima en su confección deben estar identificados solo con la palabra "cuero".

Entre las acciones promovidas por el CICB para cohibir la utilización errónea de estas expresiones están campañas de comunicación y educación junto a fabricantes, comerciantes y medios en general. "Una de las acciones de trabajo de la entidad se dedica exclusivamente a identificar las infracciones en los medios, industria y comercio, hacer las debidas orientaciones al uso correcto de la palabra cuero y acompañar posibles reincidencias. El Inarf (Instituto Nacional de Represión a la Fraude) es uno de los aliados en este trabajo de educación, información y cumplimiento de la ley", explica José Fernando Bello, que a través del CICB, trabaja para fomentar y sedimentar la cultura sobre el cuero en todas las esferas del consumo, desde los fabricantes hasta los consumidores. "Las respuestas vienen siendo positivas, pero aún tenemos un largo camino en este sentido".

ARTEFAMA MÓVEIS

MÓVEIS CACIQUE

NUSA DUA

FISCALIZAÇÃO

A lei 4.888/65 protege o consumidor ante uma propaganda enganosa e/ou a oferta de um produto por outro. Os órgãos competentes para fiscalizar, autuar e, caso for, apreender o produto são os órgãos de defesa do consumidor, desde os Procons estaduais e municipais, até a polícia civil através das delegacias de defesa ao consumidor. O Ministério Público também pode ingressar com uma ação civil pública, uma vez que foram quebrados os princípios que regem o Código de Defesa do Consumidor.
O CICB recebe denúncias sobre o uso indevido da palavra couro, através do e-mail: leidocouro@cicb.org.br.

FISCALIZACIÓN

La Ley 4.888/65 protege al consumidor ante una publicidad engañosa y/o la oferta de un producto por otro. Los órganos responsable por fiscalizar, actuar y, si es el caso, aprehender el producto son los órganos de defensa del consumidor, desde los Procons (Órgano de Protección al Consumidor) estatales y municipales, hasta la policía civil a través de las comisarías de defensa al consumidor. El Ministerio Público también puede ingresar con una acción civil pública, una vez que no se han respetado los principios que rigen el Código de Defensa del Consumidor. El CICB recibe denuncias acerca del uso indebido de la palabra cuero a través del correo electrónico: leidocouro@cicb.org.br.

MÓVEIS CACIQUE

BY ART DESIGN

EVITE FALSIFICAÇÕES

Para ajudar a identificar se o produto é genuíno ou não, José Fernando Bello, presidente executivo do CICB, apresenta quatro dicas:

- Toque a superfície: o couro possui textura irregular com poros distribuídos de forma aleatória, enquanto o material sintético tende a ser mais uniforme;
- Teste a flexibilidade: estique e aperte a peça. O couro possui elasticidade natural, enquanto o material sintético apresenta maior rigidez;
- Procure pela etiqueta: observe a etiqueta e verifique a composição do produto;
- Sinta o aroma: mesmo após todo o tratamento e acabamento dado, a maioria dos produtos em couro mantêm um aroma característico.

EVITE FALSIFICACIONES

Para ayudar a identificar si el producto es genuino o no, José Fernando Bello, presidente ejecutivo del CICB, presenta cuatro consejos:

- *Toque la superficie: el cuero tiene textura irregular con poros distribuidos de forma aleatoria, mientras que el material sintético tienda a ser más uniforme;*
- *Pruebe la flexibilidad: estire y apriete la pieza. El cuero tiene elasticidad natural, mientras que el material sintético presenta más rigidez;*
- *Busque por la etiqueta: observe la etiqueta y verifique la composición del producto;*
- *Sienta el aroma: incluso después de todo el tratamiento y acabado realizados, la mayoría de los productos en cuero mantienen un aroma característico.*

LIDER INTERIORES

RAFFINATO

FEELING ESTOFADOS

LUXO

O toque suave e a beleza natural são algumas das características que fazem com que o material seja utilizado nos produtos mais luxuosos do mundo. Estofados e poltronas, por exemplo, revestidos em couro, garantem uma sensação de conforto ao usuário e sofisticação ao ambiente. Sinônimo de nobreza, os artigos em couro são resistentes ao calor, ao atrito, a umidade, a flexão e a tração. “Essas propriedades são impossíveis de serem reproduzidas em outras matérias-primas. Os materiais sintéticos à base de poliuretano sofrem quebras e descasques quando submetidos à umidade, calor ou luz”, explica José Fernando Bello. Além de representar um importante setor da economia brasileira, o couro também é utilizado na fabricação de equipamentos de proteção individual, devido a segurança que proporciona. Com tratamento adequado, o couro não propaga chama e é resistente a temperaturas extremas, sendo utilizado na produção de luvas, botas e calçados de segurança, garantindo também durabilidade.

LUJO

El toque suave y la belleza natural son algunas de las características que hacen que se utilice el material en los productos más lujosos del mundo. Tapizados y sillones, por ejemplo, revestidos en cuero, garantizan una sensación de comodidad al usuario y sofisticación al ambiente. Sinónimo de nobleza, los artículos en cuero son resistentes al calor, al atrito, a la humedad, a la flexión y a la tracción. "Estas propiedades son imposibles de reproducirlas en otras materias primas. Los materiales sintéticos a base de poliuretano sufren roturas y se desconchan cuando se los someten a la humedad, calor o luz", explica José Fernando Bello. Además de representar un importante sector de la economía brasileña, también se utiliza el cuero en la fabricación de equipos de protección individual debido a la seguridad que proporciona. Con tratamiento adecuado, el cuero no propaga llama y es resistente a temperaturas extremas, utilizándolo en la producción de guantes, botas y calzados de seguridad, garantizando también durabilidad.

SALVATORE

NUSA DUA®

TRAZENDO AS BELEZAS DO MUNDO
PARA DENTRO DO SEU MUNDO.

www.nusadua.com.br

/NUSADUALTDA

BALNEÁRIO CAMBORIÚ - SC
47 3367-5504
NUSADUA@NUSADUA.COM.BR

MERCADO

As exportações brasileiras de couros e peles em 2013 somaram US$ 2,511 bilhões. O setor, que tem aproximadamente 310 curtumes, gera mais de 50 mil empregos. De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), o Brasil exportou, em maio de 2014, US$ 258,8 milhões em couros e peles, ocupando a terceira posição no ranking mundial. Em relação ao mesmo período de 2013, o aumento foi de 22,8%. Rio Grande do Sul, São Paulo e Goiás são os três Estados que mais exportam o produto. Os maiores compradores de couro brasileiro são China, Itália, Estados Unidos e Hong Kong.

Além da exportação, o Brasil também importa couro, principalmente do Uruguai (31%) e da Itália (13,8%). Em 2013 o país comprou US$ 19,256 milhões em couros e peles, apresentando uma queda de 46,2% em relação a 2012.

FONTES / ***Fuentes:*** CICB - CENTRO DAS INDÚSTRIAS DE CURTUME DO BRASIL - WWW.CICB.ORG.BR

LEI DO COURO / ***Ley del Cuero:*** WWW.CICB.ORG.BR/LEIDOCOURO

MERCADO

Las exportaciones brasileñas de cueros y pieles en 2013 totalizaron US$ 2,511 mil millones. El sector, que tiene aproximadamente 310 curtiembres, genera más de 50 mil empleos. Según la Secretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), Brasil exportó, en mayo de 2014, US$ 258,8 millones en cueros y pieles, ocupando la tercera posición en el ranking mundial. Con relación al mismo período de 2013, el aumento fue del 22,8%. Rio Grande do Sul, São Paulo y Goiás son los tres Estados que más exportan el producto. Los principales compradores de cuero brasileño son China, Italia, Estados Unidos y Hong Kong.

Además de la exportación, Brasil también importa cuero, principalmente de Uruguay (31%) e Italia (13,8%). En 2013, el país compró US$ 19,256 millones en cueros y pieles, presentando una caída del 46,2% con relación a 2012.

HERVAL

www.moveisarmil.com.br

FÁBRICA • GRAMADO
Av. Primeiro de Maio, 3140, Várzea Grande
54.3286.8270 e 3286.8257
comercial@moveisarmil.com.br

Armil
MÓVEIS

Prazer em estar em casa.

RECÉM-CHEGADOS
RECIÉN LLEGADOS

POLTRONAS

Com detalhes diferenciados, a poltrona Sapri, da Estofados Tironi, é um dos lançamentos para 2014. Está disponível com base giratória de alumínio ou com base fixa de madeira e laca.

SILLONES

Con detalles diferenciados, el sillón Sapri, de Estofados Tironi, es uno de los lanzamientos para 2014. Está disponible con base giratoria de aluminio o con base fija de madera y laca.

www.estofadostironi.com.br

CERÂMICA

Peças coloridas vitrificadas (dupla queima) com acessórios em madeira são as novidades da 2A Cerâmica. A linha possui garrafas decorativas, potes e cachepôs com suporte. Disponível nas cores azul turquesa, amarela e vermelha, sempre em tons degradê.

CERÁMICA

Piezas coloridas vitrificadas (bicocción) con accesorios en madera son las novedades de la 2A Cerámica. La línea cuenta con botellas decorativas, potes y macetas con soporte. Disponible en los colores azul turquesa, amarillo y rojo, siempre en tonos degradé.

www.2aceramica.com.br

LUZ

A designer Eliza Bravim, da Helizart, utilizou 2.955 pedras para criar o lustre Ametista. Furada à mão, uma a uma, a luminária incluiu, além da ametista, o citrino, o quartzo rosa, o cristal de rocha e o ônix preto, todas pedras da região de Minas Gerais.

LUZ

La diseñadora Eliza Bravim, de Helizart, utilizó 2.955 piedras para crear la araña Ametista. Agujereada a mano, una por una, la luminaria incluye, además de ametista, el citrino, el cuarzo rosa, el cristal de roca y el ónix negro, todas piedras de la región de Minas Gerais.

www.helizart.com.br

GEOMETRIA

Tangram, o quebra-cabeça chinês, inspirou o designer Adriano Santos a criar a mesa homônima para a Formanova. A estrutura principal valoriza os veios da madeira; com detalhes em laca, o centro tem tampo de vidro.

GEOMETRÍA

Tangram, el rompecabezas chino, le inspiró al diseñador Adriano Santos a crear la mesa homónima para Formanova. La estructura principal valora las vetas de la madera; con detalles en laca, el centro tiene tapa de vidrio.

paulo@formanovamoveis.com.br

www.donaflormobilia.com.br

VINTAGE

Ideal para sacadas e varandas, o sofá Alpina tem referências nas décadas de 50 e 60. O modelo está disponível em madeira peroba rosa ou cumarú.

VINTAGE

Ideal para balcones y terrazas, el sofá Alpina tiene referencias en las décadas de 50 y 60. El modelo está disponible en madera palo rosa o cumarú.

ELEGANTE

Com braços curvos que ressaltam as linhas retas da base e almofadas, o sofá Chez, da Salvatore, é uma criação da designer Vanessa Martins. O couro levemente solto nas almofadas de assento e encosto, confere leveza e descontração ao modelo.

ELEGANTE

Con brazos curvos que resaltan las líneas rectas de la base y almohadas, el sofá Chez, de Salvatore, es una creación de la diseñadora Vanessa Martins. El cuero suavemente suelto en las almohadas de asiento y respaldo, brinda levedad y modernidad al modelo.

www.salvatoreminuano.com.br

www.rudnick.com.br

VERSÁTIL

Composto por rack e painel, New Dubai, da Rudnick, explora o detalhe chanfrado e a combinação de laca brilhante com a lâmina natural de madeira. Versáteis prateleiras laterais podem ser montadas do lado esquerdo ou direito, amplas gavetas com corrediças telescópicas e passa cabos garantem mais funcionalidade. O painel tem prateleiras de vidro com a mesma cor da laca.

VERSÁTIL

Compuesto por rack y panel, New Dubai, de Rudnick, explora el detalle biselado y la combinación de laca brillante con la lámina natural de la madera. Versátiles estanterías laterales, se las pueden montar del lado izquierdo o derecho, amplios cajones con correderas telescópicas y pasacables garantizan más funcionalidad. EL panel tiene estanterías de vidrio con el mismo color de la laca.

CONTRASTES

Com uma composição formal bem elaborada, o sofá Alexander, da Bell'Arte, foi desenvolvido para compor ambientes contemporâneos, porém com pequenos toques de despojamento. Suas linhas marcantes, combinadas com detalhes de costura da manta de matelassê, conferem elegância às formas, transmitindo a ideia de conforto.

www.bellarte.com.br

CONTRASTES

Con una composición formal bien elaborada, el sofá Alexander, de Bell'Arte, ha sido desarrollado para componer ambientes contemporáneos, pero, con pequeños toques de modernidad. Sus líneas impactantes, combinadas con detalles de costura de la manta de matelasé, brindan elegancia a las formas, transmitiendo la idea de comodidad.

TECNOLOGIA

Assinada pelo designer Marcelo Ligieri, a poltrona Open, da Doimo Brasil, tem estrutura em metal laminado com assento estofado. A peça faz parte da coleção Doimo Editions.

TECNOLOGÍA

Con la firma del diseñador Marcelo Ligieri, el sillón Open, de Doimo Brasil, tiene estructura en metal laminado con asiento tapizado. La pieza forma parte de la colección Doimo Editions.

www.doimobrasil.com.br

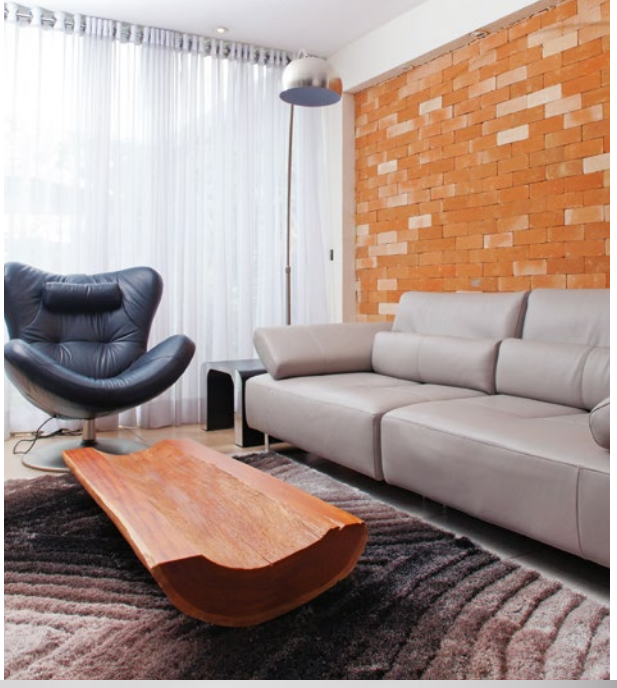
BRASILIDADE

Assinada por Carlos Alcantarino, a coleção Salinas, da Butzke, é composta por poltronas e peseiras. Inspirada nas cadeiras de praia do Rio de Janeiro, tradicionais na década de 1970, a simplicidade das formas contrasta com tramas coloridas criadas a partir das fitas de polipropileno. Os grafismos únicos resultam em móveis jovens e descontraídos.

BRASILIDAD

Firmada por Carlos Alcantarino, la colección Salinas, de Butzke, está compuesta por sillones y reposapiés. Inspirada en las sillas de playas de Río de Janeiro, tradicionales en la década de 1970, la sencillez de las formas contrasta con tramas coloridas creadas a partir de cintas de polipropileno. Los grafismos únicos resultan en muebles jóvenes y divertidos.

www.butzke.com.br



TAPETES

As cores em degradê e as linhas pouco convencionais são os diferenciais do tapete Trevi, da Via Star. Contemporâneo, o modelo é ideal para salas de estar.

ALFOMBRAS

Los colores en degradé y las líneas poco convencionales son los diferenciales de la alfombra Trevi, de Via Star. Contemporáneo, el modelo es ideal para salas de estar.

www.viastar.com.br

APOIO

Desenvolvido pelo designer Sergio Luis, da Bolis Design, o aparador Gaudi é todo revestido em laca brilhante.

APOYO

Desarrollado por el diseñador Sergio Luis, de Bolis Design, el aparador Gaudi está totalmente revestido el laca brillante.

www.bolis.com.br

CUSTOMIZAÇÃO

Desenvolvido pela designer Jeannety Farias, a Style Brazil lança o Tapete Digital para quarto infantil com um conceito inovador: a personalização da peça, bastando enviar a foto. Além da praticidade na limpeza e durabilidade, os tapetes têm toque aveludado e antiderrapante fixo.

PERSONALIZACIÓN

Desarrollado por la diseñadora Jeannety Farias, la Style Brazil lanza la Alfombra Digital para el dormitorio infantil con un concepto innovador: la personalización de la pieza con el simple envío de una foto. Además de la practicidad en la limpieza y la durabilidad, las alfombras tienen toque terciopelado y antideslizante fijo.

www.stylebrazil.com.br

RÚSTICO

Em madeira, a cômoda da Nusa Dua possui quatro gavetas e acabamento patinado branco.

RÚSTICO

En madera, la cómoda de Nusa Dua tiene cuatro cajones y acabado en pátina blanca.

www.nusadua.com.br

CONFORTO

Combinação de tecidos e cores quentes foi a proposta da Decorare Têxtil para a nova coleção de almofadas. Em tecido jacquard e tafetá, disponível em várias cores e tamanhos.

COMODIDAD

Combinación de tejidos y colores calientes fue la propuesta de Decorare Têxtil para la nueva colección de almohadas. En tejido jacquard y tafetán, disponible en varios colores y tamaños.

www.decorareonline.com.br

APARADOR

Assinado pela designer Marlene Ricci, o aparador Maracajá, da Steel Forma, tem tampo revestido em couro natural bege e pés de aço inox.

APARADOR

Con la firma del diseñador Marlene Ricci, el aparador Maracajá, de Steel Forma, tiene tapa revestida en cuero natural beis y patas en acero inoxidable.

www.steelforma.com.br

www.universum.com.br

CONTEMPORÂNEO

Com design de Izabel Bradasch, da Croma Design Studio, o home Izzy, da Universum Móveis, possui áreas abertas para expor elementos de decoração e equipamentos de som e imagem. Há frisos horizontais no gavetão e no painel da TV. O acabamento em carvalho imbuia e laca preta brilhante possibilita seu uso em diversos ambientes.

CONTEMPORÁNEO

Con diseño de Izabel Bradasch, de Croma Design Studio, el home Izzi, de Universum Móveis, tiene áreas abiertas para exponer elementos de decoración y equipos de sonido e imagen. Hay frisos horizontales en el cajón y en el panel de televisión. El acabado en roble imbuia y laca negra banda brillante permite su uso en diversos ambientes.

CLÁSSICA

Com estrutura em madeira maciça e painel laminado, a linha Lina, da Móveis Apollo, tem extremidades arredondadas. O design retrô, unido ao novo padrão de acabamento Castor, é uma solução que remodela o passado em diálogo com a contemporaneidade.

CLÁSICA

Con estructura en madera maciza y panel laminado, la línea Lina, de Móveis Apollo, tiene extremidades redondeadas. El diseño retro, unido al nuevo estándar de acabado Castor, es una solución que remodela el pasado en diálogo con la contemporaneidad.

www.moveisapolo.com.br

ARTESANAL

A poltrona Magione, da Raffinato, é fabricada em vime, com amarras em junco, pés cromados e armação em ferro galvanizado. A peça é assinada pelo designer Yury Albrecht.

ARTESANAL

Se fabrica el sillón Magione, de Raffinato, en mimbre, con amarres en junco, patas cromadas y armazón en hierro galvanizado. La pieza recibe la firma del diseñador Yury Albrecht.

www.raffinato.com.br

ACONCHEGO

O estofado reclinável Drop, da Enele, apresenta detalhes nas costuras e centenas de opções de revestimento. Com encosto retrátil e chaise, está disponível com três diferentes medidas.

CALIDEZ

El sillón reclinable Drop, de Enele, presenta detalles en las costuras y cientos de opciones de revestimiento. Con respaldo retráctil y chaise, está disponible con tres diferentes medidas.

www.enele.com.br

MADEIRA

O aparador Leg, da Lider Interiores, valoriza a madeira, com pernas esguias e longilíneas. Com desenho levemente retrô, tem tampo colorido e irreverente, que resulta num móvel atemporal.

MADERA

El aparador Leg, de Lider Interiores, valora la madera, con piernas esbeltas y longilíneas. Con diseño suavemente retro, tiene tapa colorida e irreverente, que resulta en un mueble atemporal.

www.liderinteriores.com.br

ESCULTURAS

O Modali Design está lançamento esculturas de máscaras em resina e alumínio. As peçam remetem aos tradicionais bailes de máscaras que marcaram as festas do século passado na França.

ESCULTURAS

Modali Design lanza esculturas de máscaras en resina y aluminio. Las piezas remiten a los tradicionales bailes de máscaras que marcaron las fiestas del siglo pasado en Francia.

www.modali.com.br

www.artefama.com.br

HARMONIA

O Buffet Polo, da Artefama, é uma combinação de madeira, MDF e ferro. A estrutura em MDF tem acabamento em laca preta e a parte frontal no estilo demolição. São quatro opções de cores, puxadores em metal e base de ferro pintada na cor preta.

ARMONÍA

El Buffet Polo, de Artefama, es una combinación de madera, MDF e hierro. La estructura en MDF tiene acabado en laca negra y la parte frontal en el estilo demolición. Son cuatro opciones de colores, tiradores en metal y base de hierro pintada en el color negro.

SUPORTE

Com dois andares e pegadores, esta peça da Sarquis Samara é feita em alumínio com banho de prata e níquel.

SOPORTE

Con dos pisos y agarradores, esa pieza de Sarquis Samara está hecha de aluminio con baño de plata y níquel.

www.sarquissamara.com.br

MODERNA

Com base em alumínio e detalhe aparente da costura, a poltrona Ipanema, da Feeling Estofados, proporciona elegância e conforto; ideal para ambientes contemporâneos.

MODERNA

Con base en aluminio y detalle aparente de la costura, el sillón Ipanema, de Feeling Estofados, proporciona elegancia y comodidad; ideal para ambientes contemporáneos.

www.feelingestofados.com.br

OCIDENTE

Decorada com a técnica chinoiserie, que imita os estilos chineses à arte do século XVIII produzida na Inglaterra, a cômoda da 6F Decorações é produzida em madeira na tonalidade vermelha com quatro gavetas.

OCCIDENTE

Decorada con la técnica chinoiserie, que imita los estilos chinos con el arte del siglo XVIII producida en Inglaterra, la cómoda de 6F Decorações ha sido producida en madera en la tonalidad roja con cuatro cajones.

www.6f.com.br

BALANÇO

A Tumar lança uma versão contemporânea da tradicional cadeira de balanço. A poltrona Dondolo (balança, em italiano) proporciona conforto e estilo ao ambiente.

MECEDORA

Tumar lanza una versión contemporánea de la tradicional silla mecedora. El sillón Dondolo (mecedor, en italiano) proporciona comodidad y estilo al ambiente.

www.tumar.com.br

DEUSES

Com estética simples, o modelo de estofado Odin, da Móveis Cacique, une o design com técnicas inovadoras de construção: poucas costuras aparentes, braços com desenho chanfrado e encosto de espuma bidensidade. O nome foi inspirado no principal deus da mitologia nórdica.

DIOSES

Con estética básica, el modelo de tapizados Odin, de Móveis Cacique, une el diseño a las técnicas innovadoras de construcción: pocas costuras aparentes, brazos con diseño biselado y respaldo de espuma bidensidad. El nombre tiene inspiración en el principal dios de la mitología nórdica.

www.moveiscacique.com.br

www.bonte.com.br

VAZADOS

Os tijolos vazados com diferentes desenhos, o Cobogó, já foi febre no Brasil e agora volta com a coleção da Bonté Móveis. Seus elementos exclusivos desenvolvidos pela DAZ Design encontram-se como detalhes na mesa bar e mesa de centro, quando combinam a sofisticação com o uso de tons neutros ao tom amadeirado, característico do design brasileiro.

CALADOS

Los ladrillos calados con diferentes dibujos, el Cobogó, ya fue fiebre en Brasil y ahora vuelve en la colección de Bonté Móveis. Sus elementos exclusivos desarrollados por DAZ Design se encuentran con detalle en la mesa bar y mesa de centro cuando combinan la sofisticación con el uso desde tonos neutros hasta el tono amaderado, característico del diseño brasileño.

BIGODE

A linha Moustache, da Home Collection, é ideal para dar um toque de humor para diversos ambientes. Compõem a coleção castiçais, potes para condimentos, esculturas de Bulldog, jogo de chá individual e outros objetos decorativos.

BIGOTE

La línea Moustache, de Home Collection, es ideal para dar un toque de humor para diversos ambientes. Componen la colección candelabros, potes para condimentos, esculturas de Bulldog, conjunto de té individual y otros objetos decorativos.

www.homecollection.com.br

DETALHES

A namoradeira Derby, da Estobel Estofados, apresenta em sua composição acabamento com debrum, fazendo total diferença na sua finalização. A linha conta também com uma poltrona e tem mais de 150 opções em revestimento.

DETALLES

El sofá de dos plazas Derby, de Estobel Estofados, trae en su composición acabado con ribete, haciendo total diferencia en su finalización. La línea cuenta también con un sillón y tiene más de 150 opciones y revestimiento.

www.estobel.com.br

compre

ONLINE

com facilidade e segurança.

Cadastre agora sua loja no site.

Venha visitar nosso centro de distribuição.
Rodovia do Açucar, km 23,5 Taperinha
Cep: 13312-500 - Tel: 11 3414.1000
www.ribeiroepavani.com.br

ribeiro e pavani
MÓVEIS · PRESENTES · DECORAÇÕES

VITRINE DE LUXO

VITRINA DE LUJO

LOOK

Com 15 modelos, a nova linha de óculos Marc by Marc Jacobs, assinada pelo estilista norte-americano Marc Jacobs, traz opções com design fashion e moderno para todos os gostos.

LOOK

Con 15 modelos, la nueva línea de lentes Marc by Marc Jobs, firmada por el estilista estadounidense Mar Jacobs, trae opciones con diseño fashion y moderno para todos los gustos.

www.eotica.com.br

FLOR

Como um botão de rosa quase aberto, o relógio Limelight Blooming Rose, de Yves Piaget, apresenta quatro conjuntos de joias que compõem as pétalas cheias de curvas. Basta girar a caixa que a flor desabrocha inteiramente para revelar quatro novas pétalas, totalizando 269 diamantes. Em ouro branco 18 K, o modelo com pulseira de cetim ainda tem o fecho decorado com 13 diamantes.

FLOR

Con un botón de rosa casi abierto, el reloj Limelight Blooming Rose, de Yves Piaget, presenta cuatro conjuntos de joyas que componen los pétalos llenos de curvas. Sólo hay que girar la caja para que la flor se abra totalmente para revelar cuatro nuevos pétalos, sumando 269 diamantes. En oro blanco 18 K, el modelo con lupsera de satén aún tiene el cierre decorado con 13 diamantes.

www.piaget.com

MANCHAS

O dermocosmético RoC® Clarifiant combate as áreas escurecidas da pele e oferece resultados visíveis já na quarta semana de uso, segundo a fabricante francesa. Com textura sérum, leve e de fácil aplicação, tem rápida absorção e seu uso é permitido de dia e de noite. Possui propriedades calmantes para pele e pode ser utilizado em conjunto com outros tratamentos.

MANCHAS

El dermocosmético RoC® Clarifiant elimina las áreas oscurecidas de la piel y ofrece resultados visibles ya en la cuarta semana de uso, según el fabricante francés. Con textura sérum, leve y de fácil aplicación, tiene rápida absorción y su uso está permitido de día y de noche. Tiene propiedades tranquilizantes para piel y se lo puede utilizar en conjunto con otros tratamientos.

SAC 0800 703 6363

CORES

Com grandes pedras em neon, o colar multicolorido do designer de joias irlandês Tom Binns, mescla também cristais com banho de ródio e prata com resina epóxi. Michelle Obama e Lady Gaga são algumas das celebridades que já apareceram com suas peças.

COLORES

Con grandes piedras en neón, el collar multicolorido del diseñador de joyas irlandés Tom Binns, mezcla también cristales con baño de rodio y plata con resina epoxi. Michelle Obama y Lady Gaga son algunas de las celebridades a las que ya se las han visto con sus piezas.

www.shop2gether.com.br

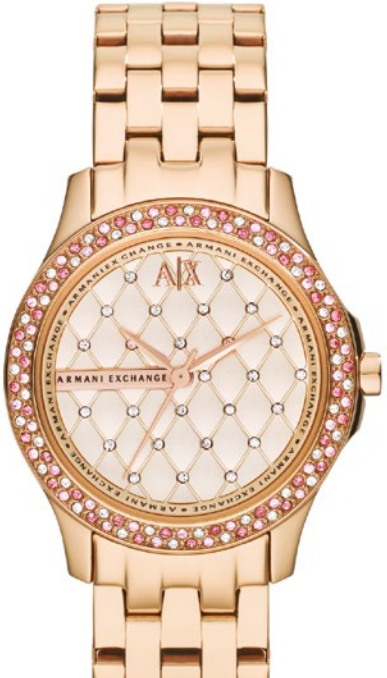
AROMAS

A marca espanhola de joias e perfumes TOUS lança sua linha de fragrâncias no Brasil com seis novos perfumes, sendo quatro femininos e dois masculinos. As fragrâncias são dedicadas às mulheres sedutoras, ingênuas, jovens e sofisticadas.

AROMAS

La marca española de joyas y perfumes TOUS lanza su línea de fragancias en Brasil con seis nuevos perfumes, de los cuales cuatro son femeninos y dos masculinos. Las fragancias están dedicadas a las mujeres seductoras, ingenuas, jóvenes y sofisticadas.

www.rrperfumes.com.br



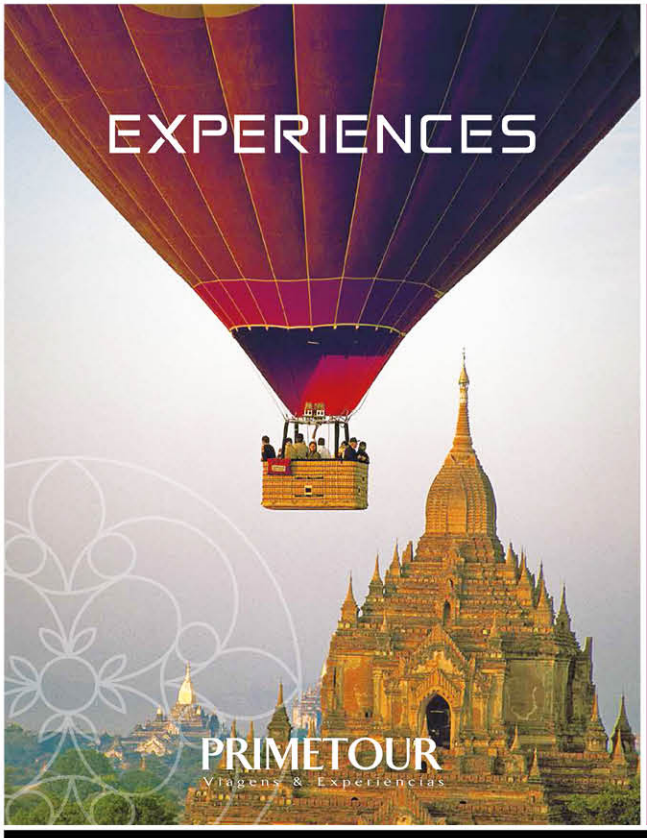
TEXTURA

A coleção Lady Hampton, da Armani Exchange investe em uma linha de relógios romântica. A grife aposta no glamour do metal, em Rose Gold ou dourado, combinado com o brilho dos cristais multicoloridos em um degradê de tons. O mostrador tem fundo em textura matelassê e aplicação de cristais transparentes, como pontos de luz.

MANUFACTURA

la colección Lady Hampton, de Armani Exchange invierte en una línea romántica de relojes. La grife apuesta en el glamour del metal, en Rose Gold o dorado, combinado con el brillo de los cristales multicoloridos en un degradé de tonos. El mostrador tiene fondo en textura matelasé y aplicación de cristales transparentes, con puntos de luz.

SAC 0800 721 0108



AVENTURE-SE

A PrimeTour, agência de turismo de luxo no Brasil, lança a publicação Experiences Book by PrimeTour. O livro de capa dura reúne em suas 360 páginas experiências em viagens, que vão do exótico ao inusitado, além de indicações dos principais serviços disponíveis nos melhores hotéis, restaurantes e passeios em todo o mundo. Entre as sugestões do livro está um passeio de helicóptero nas montanhas do Alaska, para a prática de atividades como dogsled, um trenó puxado por cães huskies e trekking nas geleiras ou um leilão do atum, em Tóquio.

AVENTÚRESE

PrimeTour, agencia de turismo de lujo en Brasil, lanza la publicación Experiences Book by PrimeTour. El libro de tapa dura reúne en sus 360 páginas experiencias en viajes que van desde lo exótico lasta lo inusitado, en los mejores hoteles, restaurantes y paseos en todo el mundo. Entre las sugerencias del libro está un paseo en helicóptero en las montañas del Alaska para la práctica de actividades como dogsled, un trineo tirado por perros huskies y trekking en los glaciales o en una subasta del atún, en Tokio.

www.primetour.com.br

TRADIÇÃO

Comemorando nove décadas, a Montblanc apresenta a Meisterstück Collection 90 Years. Fabricada pela primeira vez em Hamburgo, em 1924, a coleção apresenta uma série de instrumentos de escrita: desde a caneta-tinteiro 149 (foto), a versão Classique e as canetas-tinteiro LeGrand, até os modelos rollerball e esferográfica. As peças apresentam uma gravura guilloché revestida com laca preta, emblema da marca de madrepérola, detalhes de acabamento banhados em ouro rosé e pena de ouro Au750 com um desenho especial comemorativo dos 90 Anos.

TRADICIÓN

Conmemorando nueve décadas, Montblanc presenta Meisterstück Collection 90 Years. Fabricada por primera vez en Hamburgo, en 1924, la colección presenta una serie de instrumentos de escrita: desde una lapicera-tintero 149 (foto), la versión Classique y las lapiceras-tintero LeGrand, hasta los modelos rollerball y esferográfica. Las piezas presentan un grabado guiloché revestido con laca negra, emblema de la marca de madreperla, detalles de acabado bañados en oro rose y pluma de oro Au750 con un diseño especial en conmemoración por los 90 años.

www.montblanc.com

MILITAR

A grife suíça Victorinox, que completa 130 anos em 2014, amplia seu portfólio de relógios e traz ao Brasil a coleção Infantry 2014. A linha, inspirada no universo dos relógios militares, chega com caixa revestida de PVD dourado, algarismos arábicos e design retrô.

MILITAR

La grife suiza Victorinox, que cumple 130 años en 2014, amplía su portfolio de relojes y trae a Brasil la colección Infantry 2014. La línea, inspirada en el universo de los relojes militares, llega con caja revestida de PVD dorado, números arábigos y diseño retro.

www.victorinox.com.br

TABLET

À prova d'água, o Xperia Z2 Tablet, da Sony Mobile, é o tablet mais fino (6.4 mm) e leve (439 g) do mundo, segundo a fabricante. Com display de 10.1" Full HD, o aparelho inclui TV Digital e câmera de 8.1MP.

TABLET

A prueba de agua, el Xperia Z2 Tablet, de Sony Mobile, es el tablet más fino (6.4 mm) y ligero (439 g) del mundo, según el fabricante. Con display de 10.1" Full HD, el aparato incluye TV Digital y cámara de 8.1MP.

www.sony.com.br

DESIGN

Principal fabricante de eletrodomésticos na Europa, a eslovena Gorenje apresenta uma linha de refrigeradores com cartela de cores diversificada. A Gorenje Retro Collection tem design convexo arredondado e está dividia em três modelos: chic, vintage ou funky, atendendo consumidores com estilo clássico, romântico ou divertido.

DISEÑO

Principal fabricante de electrodomésticos en Europa, la eslovena Gorenje presenta una línea de refrigeradores con cartela de colores diversificada. Gorenje Retro Collection tiene diseño convexo redondeado y está dividida en tres modelos: chic, vintage o funky, atendiendo a consumidores con estilo clásico, romántico o divertido.

www.gorenjedobrasil.com.br

INTERAÇÃO

Uma das características da TV Timeless LED UHD 4K, da Samsung, é a moldura em volta do aparelho que dá a impressão que o produto está flutuando no ambiente. Com definição quatro vezes maior do que a Full HD, o aparelho tem a função Smart hub, que permite que o usuário tenha acesso a diversos apps, redes sociais, fotos, vídeos e músicas.

INTERACCIÓN

Una de las características de la TV Timeless LED UHD 4K, de Samsung, es la moldura alrededor del aparato que da la impresión de que el producto está flotando en el ambiente. Con definición cuatro veces más grande que la Full HD, el aparato tiene la función Smart hub, que permite que el usuario tenga acceso a diversos apps, redes sociales, imágenes, videos y músicas.

www.samsung.com.br

TECNOLOGIA

Utilizada nas principais competições de Mountain Bike do mundo, a Cannondale F29 Team possui quadro, suspensão e rodas em fibra de carbono, mesmo material utilizado nos carros de Fórmula 1, visando a melhor performance e estabilidade do ciclista.

TECNOLOGÍA

Utilizada en las principales competiciones de Mountain Bike del mundo, Cannodale F29 Team tiene cuadro, suspensión y ruedas en fibra de carbono, mismo material utilizado en los coches de Fórmula 1, con el objetivo de mejorar el desempeño y estabilidad del ciclista.

SAC 0800 701 8022

AGILIDADE

A BMW Motorrad, divisão de motocicletas do BMW Group, anuncia a nova versão de seu modelo tourer, a BMW R 1200 RT. Com motor boxer de 125hp, a nova duas rodas pode ser encontrada nas cores metálicas Azul Quartzo, Cinza Callisto e Ébano. O painel de instrumentos também está com seu visual renovado, com uma tela de 5.7 polegadas onde são mostrados todos os dados do computador de bordo.

AGILIDAD

BMW Motorrad, división de motocicletas del BMW Group, anuncia la nueva versión de su modelo tourer, la BMW R 1200 RT. Con motor boxer de 125hp, se puede encontrar la nueva dos ruedas en los colores metálicos Azul Cuarzo, Gris Callisto y Ébano. El panel de instrumentos también está con su visual renovado, con una pantalla de 5.7 pulgadas donde se muestran todos los datos de la computadora de abordo.

www.bmw-motorrad.com.br

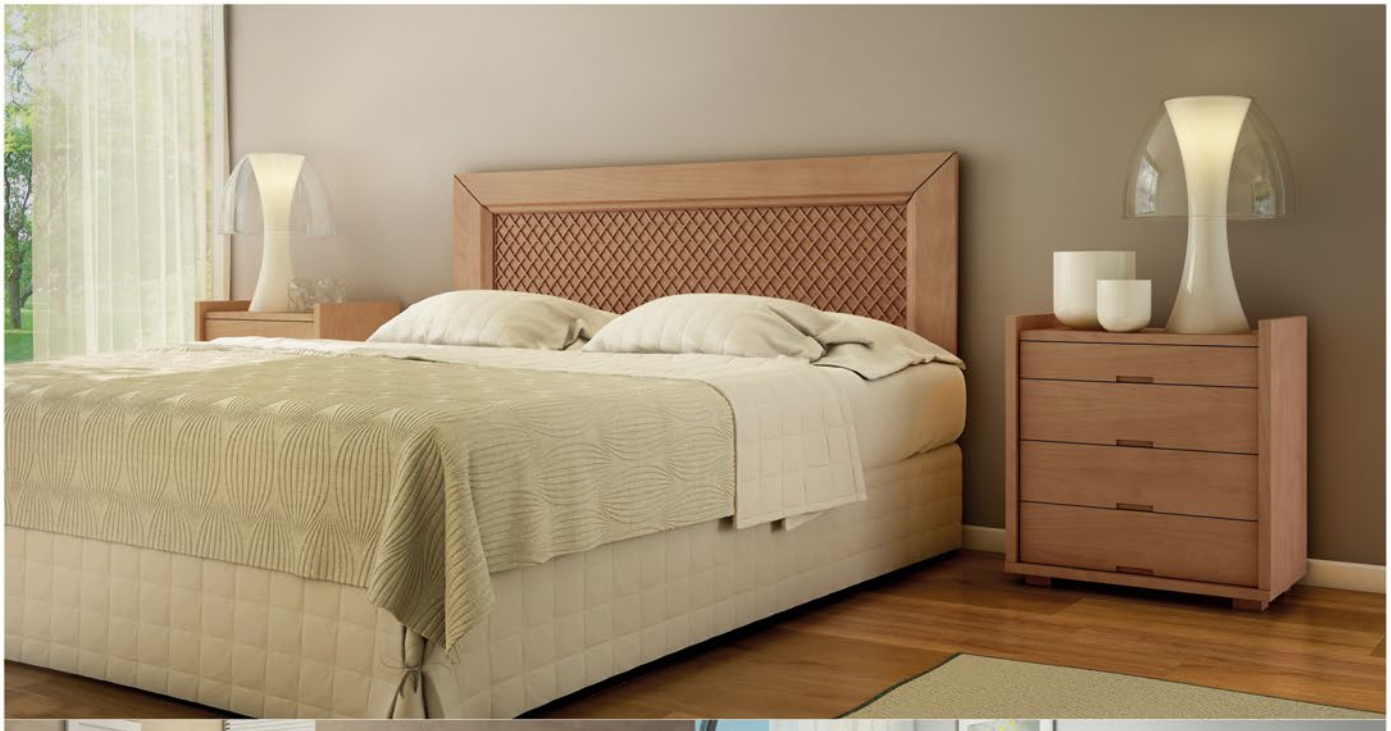
ESPORTIVO

O novo F-TYPE Coupé da Jaguar chega ao Brasil em três versões com opções de motor V6 e V8. Completamente construído em alumínio, o modelo é o mais dinâmico e focado em performance que a marca já produziu em sua história. O topo de linha é equipado com o motor 5.0 V8 Supercharged, desenvolvendo 550 cv e 680 Nm de torque a 3.500 rpm, entregando uma aceleração de 0 a 100 km/h em 4,2 segundos e 300 km/h de velocidade máxima limitada eletronicamente.

DEPORTIVO

El nuevo F-TYPE Coupé de Jaguar llega a Brasil en tres versiones con opciones de motor V6 y V8. Completamente construido en aluminio, el modelo es el más dinámico y enfocado en desempeño que la marca ya ha producido en su historia. El tope de la línea está equipado con el motor 5.0 V8 Supercharged, desarrollando 550 cv y 680 Nm, de torque a 3.500 rpm, entregando una aceleración de 0 a 100 km/h en 4,2 segundos y 300 km/h de velocidad máxima limitada electrónicamente.

www.jaguarlandrover.com



Excelência em design de interiores

+55 37 3331-4329

Rodovia BR-494 Km 103 s/nº
Anel Rodoviário-Oliveira/Mg

SIR DESIGN

www.sirdesign.com.br

ESLOVÊNIA: O CANTO VERDE DA EUROPA

ESLOVENIA: EL RINCÓN VERDE DE EUROPA

PARQUE NACIONAL DE LOGARŠKA DOLINA

PEQUENO PAÍS DO LESTE EUROPEU, A ESLOVÊNIA CONQUISTOU SUA INDEPENDÊNCIA APENAS EM 1991, QUANDO SE LIBERTOU DA ANTIGA IUGOSLÁVIA, QUE DEU ORIGEM A MAIS CINCO REPÚBLICAS: SÉRVIA, CROÁCIA, MONTENEGRO, BÓSNIA E HERZEGOVINA E MACEDÔNIA. SUA PRIVILEGIADA POSIÇÃO GEOGRÁFICA - FAZ FRONTEIRAS COM ÁUSTRIA, HUNGRIA, CROÁCIA E ITÁLIA – ATRIBUI AO PAÍS "UM PARAÍSO DE DELÍCIAS POR DEBAIXO DO MONTE TRIGLAV", COMO DESCREVEU IVAN CANKAR (1876-1918), UM DOS PRINCIPAIS EXPOENTES DA LITERATURA MODERNISTA ESLOVENA. O AUTOR REFERIA-SE AO PICO MAIS ALTO DA ESLOVÊNIA, COM 2.864 METROS DE ALTURA E QUE, NA LÍNGUA LOCAL, SIGNIFICA TRÊS CABEÇAS. QUANTO ÀS "DELÍCIAS", O PAÍS OFERECE, ALÉM DE UMA GASTRONOMIA DIVERSIFICADA, UMA RIQUÍSSIMA BELEZA NATURAL E INÚMEROS EVENTOS CULTURAIS. COM APENAS 20 MIL KM² DE TERRITÓRIO, É POSSÍVEL CRUZAR A ESLOVÊNIA, DE CARRO, EM POUCO MAIS DE TRÊS HORAS. DE ACORDO COM O GLOBAL PEACE INDEX, ESTUDO ORGANIZADO PELO IEP (INSTITUTO PARA ECONOMIA E PAZ), A ESLOVÊNIA É A 13ª NAÇÃO MAIS SEGURA DO MUNDO, COM BAIXÍSSIMOS ÍNDICES DE VIOLÊNCIA. JÁ, NO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, O PAÍS, QUE CRESCEU SIGNIFICATIVAMENTE NOS ÚLTIMOS ANOS, OCUPA A 21ª COLOCAÇÃO NO RANKING DA ONU.

PEQUEÑO PAÍS DEL ESTE EUROPEO, ESLOVENIA CONQUISTÓ SU INDEPENDENCIA SOLO EN 1991, CUANDO SE HIZO LIBRE DE LA ANTIGUA YUGOSLAVIA, QUE DIO ORIGEN A OTRAS CINCO REPÚBLICAS: SERBIA, CROACIA, MONTENEGRO, BOSNIA Y HERZEGOVINA Y MACEDONIA. SU PRIVILEGIADA POSICIÓN GEOGRÁFICA – LIMITA CON AUSTRIA, HUNGRÍA, CROACIA E ITALIA – ATRIBUYE AL PAÍS "UN PARAÍSO DE DELICIAS POR DEBAJO DEL MONTE TRIGLAV", COMO DESCRIBIÓ IVAN CANKAR (1876-1918), UNO DE LOS PRINCIPALES EXPONENTES DE LA LITERATURA MODERNISTA ESLOVENA. EL AUTOR SE REFERÍA AL PICO MÁS ALTO DE ESLOVENIA, CON 2.864 METROS DE ALTURA Y QUE, EN EL IDIOMA LOCAL, SIGNIFICA TRES CABEZAS. CON RELACIÓN A LAS "DELICIAS", EL PAÍS OFRECE, ADEMÁS DE UNA GASTRONOMÍA DIVERSIFICADA, UNA RIQUÍSIMA BELLEZA NATURAL E INNÚMEROS EVENTOS CULTURALES. CON SOLO 20 MIL KM² DE TERRITORIO, ES POSIBLE CRUZAR ESLOVENIA, EN COCHE, EN POCO MÁS DE TRES HORAS. SEGÚN EL GLOBAL PEACE INDEX, ESTUDIO ORGANIZADO POR EL IEP (INSTITUTO PARA ECONOMÍA Y PAZ), ESLOVENIA ES LA 13ª NACIÓN MÁS SEGURA DEL MUNDO, CON BAJÍSIMOS ÍNDICES DE VIOLENCIA. EN EL ÍNDICE DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO, EL PAÍS, QUE HA CRECIDO SIGNIFICATIVAMENTE EN LOS ÚLTIMOS, OCUPA LA 21ª COLOCACIÓN EN EL RANKING DE LA ONU.

LJUBLJANICA

Maior cidade do país, a capital Ljubljanica abriga cerca de 280 mil habitantes da população total de 2,1 milhões. As obras do arquiteto Jože Plečnik predominam na cidade como o Estádio Bežigrad, a Igreja de São Francisco de Assis, a Biblioteca Nacional-Universitária, o cemitério de Žale, o mercado de peixes, além de inúmeras outras. É dele também a ponte Tromostrovje ou "Ponte Tripla", sobre o rio Ljubljanica, que divide o centro da capital. Construída em 1280 em madeira, a ponte foi reconstruída após um incêndio em 1657. Em 1929, Plečnik adicionou mais duas pontes em seus dois lados.
No centro histórico, no topo de uma colina, o medieval castelo do século XVII é dos pontos turísticos. No geral, as construções mesclam estilos, com grande influência austríaca em alguns bairros de arquitetura alpina. Quase não há resquícios do passado comunista da Eslovênia, que hoje é parlamentar e faz parte da União Europeia desde 2004. Em 2014, a capital foi eleita o 2º melhor destino na Europa, segundo a Lonely Planet, maior editora de guias de viagem do mundo.

LJUBLJANICA

Ciudad más grande del país, la capital Ljubljanica abriga a cerca de 280 mil habitantes de la población total de 2,1 millones. Las obras del arquitecto Jože Plečnik predominan en la ciudad como el Estadio Bežigrad, la Iglesia San Francisco de Asis, la Biblioteca Nacional-Universitaria, el cementerio de Žale, el mercado de peces, además de muchas otras. También es de él el puente Tromostrovje o "Puente Triple", sobre el río Ljubljanica, que divide el centro de la capital. Construida en 1280 en madera, se reconstruyó el puente después de un incendio en 1657. En 1929, Plečnik agregó otros dos puentes en sus dos lados.
En el centro histórico, en el alto de una colina, el medieval castillo del siglo XVII es uno de los puntos turísticos. En general, las construcciones mezclan estilos, con gran influencia austríaca en algunos barrios de arquitectura alpina. Casi no hay resquicios del pasado comunista de Eslovenia, que hoy es parlamentar y forma parte de la Unión Europea desde 2004. En 2014, se eligió la capital como el 2º mejor destino en Europa, según Lonely Planet, editora de guías de viaje más grande del mundo.

CAPITAL LJUBLJANICA

DOCES E VINHOS TRADICIONAIS

GASTRONOMIA

A culinária do país agrada todos os paladares. Carnes, peixes, massas, vegetais e embutidos, como o Kraški pršut (presunto de parma) e o savinjski želodec (salame), estão presentes nos diversificados pratos do dia a dia. As influências dos países fronteiriços também estão nos doces, como o Potica, uma espécie de rocambole recheado com várias camadas de nozes e o Prekmurska gibanica, um bolo com maçãs, nozes, passas e sementes de papoula. Os vinhos eslovenos são muito populares, tanto os brancos como os tintos, com diversas regiões vinícolas pelo país.

GASTRONOMÍA

La culinaria del país agrada a todos los paladares. Carnes, pescados, pastas, vegetales y embutidos, como el Kraški pršut (jamón de parma) y el savinjski želodec (salame), están presentes en los diversificados platos del día a día. Las influencias de los países limítrofes también están en los dulces, como el Potica, una especie de pionono relleno con varias capas de nueces y el Prekmurska gibanica, un pastel con manzanas, nueces, pasas y semillas de amapola. Los vinos eslovenos son muy populares, tanto los blancos como los tintos, con diversas regiones vinícolas por el país.

DOCE BLEJSKA REZINA O KREMŠNITA

CORDILHEIRA KAMNIK-SAVINJA

NATUREZA

Uma das prioridades do povo esloveno é cuidar da saúde. E a beleza natural do país ajuda, e muito, na pratica de esportes, especialmente os radicais. Mais da metade da superfície do país está coberta de florestas e bosques. A diversidade de paisagens inclui Alpes, colinas, cavernas, lagos, riachos e amplas planícies.

As Grutas de Škocjan são um sistema de grutas e passagens subterrâneas com mais de 6 km de comprimento e 200 m de profundidade. Outra bela paisagem é o Parque Nacional de Logarska Dolina, circundado por Alpes e ideal para excursões nas montanhas, especialmente a cordilheira Kamnik-Savinja, com 28 picos. Os lagos Bled (o maior do país) e Bohinj são ideais para caminhar ou andar de bicicleta. Com típicas casas de madeira, o vale de Trenta, dentro do Parque Nacional de Triglav, abriga duas aldeias típicas.

NATURALEZA

Una de las prioridades del pueblo esloveno es cuidar de la salud. Y la belleza natural del país ayuda, y mucho, en la práctica de deportes, especialmente los radicales. Más de la mitad de la superficie del país está cubierta de florestas y bosques. La diversidad de paisajes incluye Alpes, colinas, cavernas, lagos, riachuelos y amplias llanuras.

Las Grutas de Škocjan son un sistema de grutas y pasajes subterráneos con más de 6 km de longitud y 200 m de profundidad. Otro bello paisaje es el parque Nacional de Lograska Dolina, rodeado por Alpes e ideal para excursiones en las montañas, especialmente la cordillera Kamnik-Savinja, con 28 picos. Los lagos Bled (el más grande del país) y Bohinj son ideales para caminar o andar en bicicleta. Con típicas casas de madera, el valle de Trenta, dentro del Parque Nacional de Triglav, alberga dos aldeas típicas.

GRUTAS DE ŠKOCJAN

CIDADE DE BLED

GRUTAS DE ŠKOCJAN

CIDADE DE BLED

CIDADE DE IZOLA

CAMPO DE GOLFE DE PTUJ

IZOLA

Na costa do mar Adriático, a pequena cidade de Izola, tem ruas medievais que testemunham sua rica história. A cidade, que já foi uma ilha no século I (D.C), juntou-se ao continente por uma ponte de pedra. O muro que cercava o centro da cidade foi demolido no início do século XIX e suas ruínas usadas para preencher o espaço entre a ilha e o continente. O nome da cidade deriva da palavra italiana Isola, que significa ilha.

IZOLA

En la costa del mar Adriático, la pequeña ciudad de Izola tiene calles medievales que son testigo de su rica historia. La ciudad, que ya fue una isla en el siglo I (D.C.) se unió al continente por un puente de piedras. Se derrumbó el muro que rodeaba el centro de la ciudad a comienzos del siglo XIX y se usaran sus ruinas para completar el espacio entre la isla y el continente. El nombre de la ciudad se deriva de la palabra italiana Isola, que significa isla.

PTUJ

Já no centro urbano, a colorida cidade de Ptuj teve grande importância na época do Império Romano. Hoje tem vida noturna agitada e atrai amantes do golfe, com um dos melhores campos para prática do esporte. Uma das atrações é o Castelo de Ptuj, com arcas românicas e decoração renascentista.

PTUJ

Ya en el centro urbano, la colorida ciudad de Ptuj ha tenido gran importancia en la época del Imperio Romano. Actualmente, tiene vida nocturna agitada y atrae a amantes del golf, con uno de los mejores campos para la práctica del deporte. Una de las atracciones es el Castillo de Ptuj, con arcas románticas y decoración renacentista.

CIDADE DE PTUJ

MARIBOR

Antigo centro industrial e segunda maior cidade do país, Maribor preserva uma bela arquitetura medieval, com destaque para a catedral construída no século XII. Em 2010 a cidade promoveu um concurso internacional de arquitetura para a construção e restauração de diversos prédios e monumentos. A escolha de Marobor como Capital Cultural da Europa, em 2012, possibilitou a cidade apresentar seu desenvolvimento cultural e turístico.

MARIBOR

Antiguo centro industrial y segunda ciudad más grande del país, Maribor preserva una bella arquitectura medieval, con destaque para la catedral construida en el siglo XII. En 2010, la ciudad promovió un concurso internacional de arquitectura para la construcción y restauración de diversos edificios y monumentos. La elección de Marobor como Capital Cultural de Europa, en 2012, permitió que la ciudad presente su desarrollo cultural y turístico.

ARTES

O povo esloveno é um artista. Quase todos desenvolvem alguma atividade relacionada à cultura nacional, seja na cozinha, na dança, na escrita ou na música. Os eslovenos se orgulham e preservam seu patrimônio cultural. Os eventos e festas típicas acontecem por todo o país. Uma delas é Pust, o carnaval esloveno, que apresenta toda a herança e tradição das diversas regiões. Pelas ruas desfilam os Kurent, originários da cidade de Ptuj, que de acordo com o folclore, afastam o inverno e trazem prosperidade.

ARTES

El pueblo esloveno es artista. Casi todos desarrollan alguna actividad relacionada con la cultura nacional, ya sea en la cocina, en el baile, en la escrita o en la música. Los eslovenos se sienten orgullosos y preservan su patrimonio cultural. Los eventos y fiestas típicas se realizan por todo el país. Una de ellas es Pust, el carnaval esloveno, que presenta toda la herencia y tradición de las diversas regiones. Por las calles, desfilan los Kurent, originarios de la ciudad de Ptuj, que, según el folclore, alejan el invierno y traen prosperidad.

CAPITAL LJUBLJANA

VALE DE TRENTA

TATJANA MOČENIK

DICAS *Sugerencias*

Tatjana Močenik, diretora da Gorenje Brasil, marca de eletrodomésticos da Eslovênia, dá algumas dicas para quem quer conhecer o país.

Meus amigos brincam que eu sou embaixadora da Eslovênia porque não paro de falar sobre o meu país. Apesar de pequeno, há muitos locais interessantes para visitar, além da linda natureza, ideal para descansar. A Eslovênia não é um país frio. Temos as quatro estações bem definidas. Recomendo a visita entre maio e setembro, quando os dias são ensolarados e mais longos.

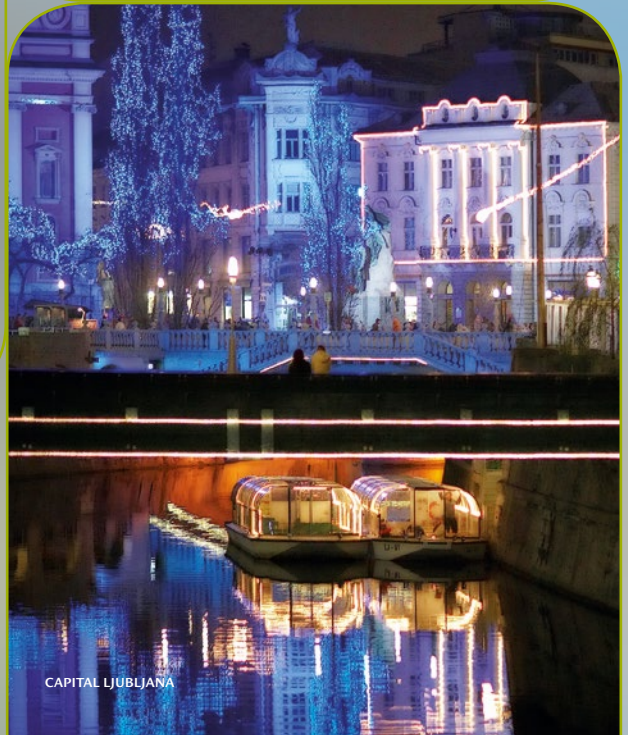
Na capital, Ljubljana, hospede-se em um hotel no centro e faça tudo a pé, começando pelo centro histórico. Aos sábados pela manhã visite o mercado aberto onde encontrará artesanato, comida e bebidas típicas. Ande pelas margens do rio Ljubljanica e tire fotos na ponte Tromostovje. Para provar a típica comida eslovena, com garçons com traje folclórico, vá ao restaurante Sokol (www.gostilna-sokol.com) e peça a sopa de cogumelos (gobova juha). Se optar por restaurantes sofisticados, recomento o As (www.gostilnaas.si/) ou o Valvas'or (www.valvasor.net), ambos no centro. Não deixe de experimentar, antes de pedir qualquer prato, os licores típicos: Borovničevec (blueberries), Medica (mel) ou Viljamovka (pera).

Tatjana Močenik, directora de Gorenje Brasil, marca de electrodomésticos de Eslovenia, da algunos consejos para los que quieran conocer el país.

Mis amigos bromean que soy embajadora de Eslovenia porque no dejo de hablar de mi país. Aunque sea pequeño, hay muchos locales interesantes para visitar, además de la linda naturaleza, ideal para descansar. Eslovenia no es un país frío. Tenemos las cuatro estaciones bien definidas. Recomiendo la visita entre mayo y septiembre, cuando los días son soleados y más largos.

En la capital, Ljublijana, alójese en un hotel en el centro y haga todo a pie, comenzando por el centro histórico. Los sábados por la mañana, visite el mercado abierto, donde hay artesanía, comida y bebidas típicas. Camine por las orillas del río Ljubljanica y sáquese fotos en el puente Tromostovje. Para probar la típica comida eslovena, con mozos con ropa folclórica, vaya al restaurante Sokol (www.gostilna-sokol.com) y pida la sopa de champiñones (gobova juha). Si prefiere restaurantes sofisticados, recomiendo el As (www.gostilnaas.si/) o el Valvas'or (www.valvasor.net), ambos en el centro. No deje de probar, antes de pedir cualquier plato, los licores típicos: Borovničevec (arándanos), Medica (miel) o Viljamovka (pera).

CAPITAL LJUBLJANA



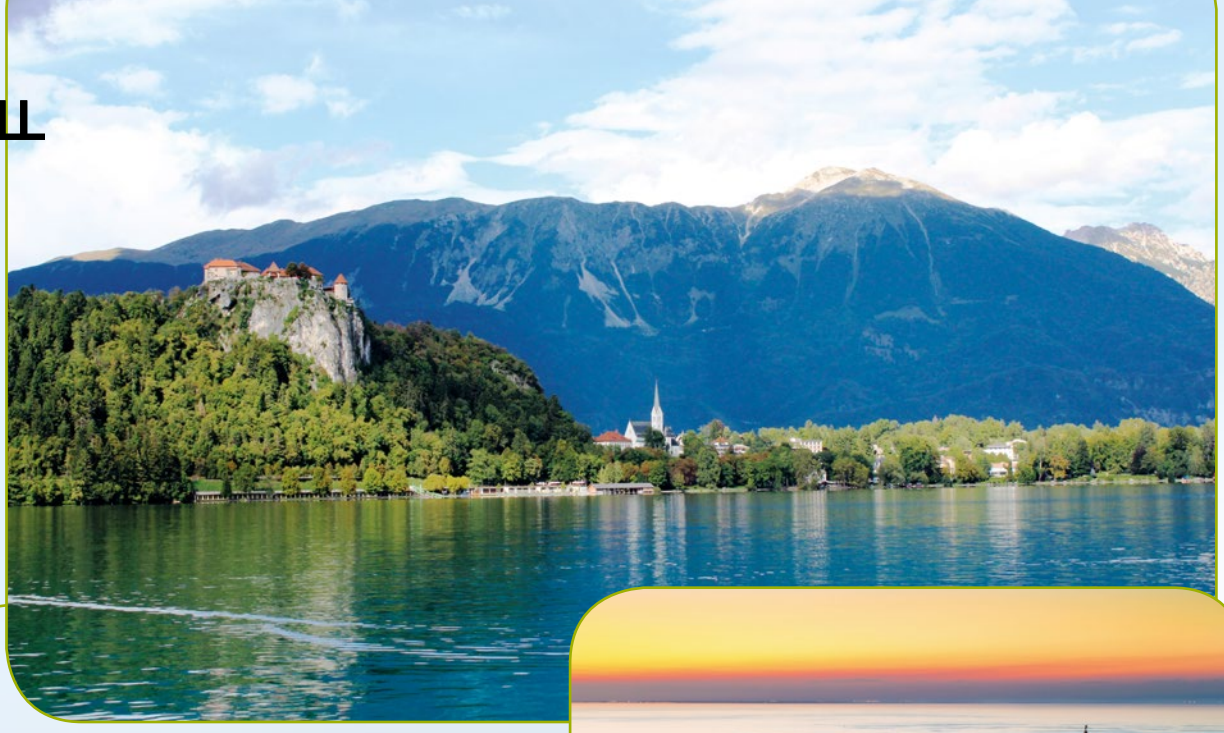
CAPITAL LJUBLJANA

ARTEFAMA® MÓVEIS 69 ANOS

estofados CELEBRARE

Uma marca *assinada* pela tradição

Utilize o QR Code
Acesse nosso site, conheça as novidades!
www.artefama.com.br



BLED

PIRAN

Perto da capital, a meia hora de carro, fica Bled, uma cidade cuja principal atração é uma ilha com uma igreja no centro de um lago. É só pegar um pequeno barco de madeira (www.pletna.si) para chegar à ilha. Outro passeio é dar a volta ao redor do lago e caminhar até o Grand Hotel Toplice (www.grandhoteltoplice.com) e experimentar o doce típico da cidade, Blejska rezina o Kremšnita, com massa folhada e creme de baunilha. A apenas 4 km de Bled, fica Blejski Vintgar, um parque com uma paisagem deslumbrante, com piscinas naturais e canyons. A Eslovênia é um país com muita natureza, rios, lagos e montanhas. Os eslovenos adoram praticar esportes radicais.

A montanha mais alta é a Triglav. Há um ditado que diz que quem não subiu na Triglav não é esloveno! É um ponto turístico muito bonito. No caminho você passa por sete lagos. Outro destino para quem gosta de adrenalina é fazer rafting no rio Soca (www.socarafting.si).

Se for visitar no verão, não deixe de aproveitar o litoral. A cidade que eu mais gosto é Piran (www.piran.si), muito romântica. Recomendo os peixes e frutos do mar em pequenos restaurantes. Prove os excelentes vinhos eslovenos, tanto os brancos como os tintos. No caminho da capital para o litoral, recomento uma parada na caverna Postonjska Jama (www.postojnska-jama.eu), para fazer um passeio de trem pelo seu interior.

Para facilitar a viagem, o ideal é alugar um carro e assim visitar todos os pontos interessantes. Dirigir na Eslovênia é muito fácil, com ótima infraestrutura e sem trânsito. Outra opção é o trem ou mesmo o táxi. Boa viagem!

Cerca de la capital, a media hora en coche, está Bled, una ciudad cuya principal atracción es una isla con una iglesia en el centro de un lago. Solo hay que tomarse un pequeño barco de madera (www.pletna.si) para llegar a la isla. Otro paseo bueno es dar una vuelta alrededor del Grand Hotel Toplice (www.grandhoteltoplice.com) e experimentar el postre típico de la ciudad, Blejska rezina el Kremšnita, con masa de hojaldre y crema de vainilla. A solo 4 km de Bled está Blejski Vintgar, un parque con un paisaje deslumbrante, con piscinas naturales y cañones. Eslovenia es un país con mucha naturaleza, ríos, lagos y montañas. A los eslovenos les encanta practicar deportes radicales.

La montaña más alta es Triglav. ¡Hay un dicho que dice que quien no subió a la Triglav no es esloveno! Es un punto turístico muy lindo. En el camino, uno pasa por siete lagos. Otro destino para los que les gusta la adrenalina es hacer rafting en el río Soča (www.socarafting.si).

Si la visita es en el verano, no deje de aprovechar la costa. La ciudad que más me gusta es Piran (www.piran.si), muy romántica. Recomiendo los pescados y mariscos en pequeños restaurantes. Pruebe los excelentes vinos eslovenos, tanto los blancos como los tintos. En el camino de la capital hacia la costa, recomiendo una pausa en la caverna Postonjska Jama (www.postojnska-jama.eu), para un paseo en tren por su interior.

Para facilitar el viaje, lo ideal es alquilar un coche y visitar todos los puntos interesantes. Manejar en Eslovenia es muy fácil, con excelente infraestructura y sin tráfico. Otra opción es el tren o incluso el taxi. ¡Bue Viaje!

FONTES:
WWW.SLOVENIA.SI / EMBAIXADA DA REPÚBLICA DA ESLOVÊNIA – DF / ESCRITÓRIO COMERCIAL SÃO PAULO - WWW.BRASILIA.EMBASSY.SI

FOTOS: DIVULGAÇÃO / EMBAIXADA DA REPÚBLICA DA ESLOVÊNIA EM BRASÍLIA (ESCRITÓRIO COMERCIAL EM SÃO PAULO) / TATJANA MOČENIK.

Fuentes: www.slovenia.si / Embajada de la República de Eslovenia – DF / Oficina Comercial São Paulo - www.brasilia.embassy.si

NA EDIÇÃO DE JULHO
DA CASA VOGUE:
O NOVO RÚSTICO.
O ESTILO QUE NUNCA SAI DE MODA
SE RENOVA PARA A ESTAÇÃO.

Neste mês:
ESPECIAL TAPETES

Inspire-se você também.
Nas melhores bancas e livrarias.

casavogue.com.br

18ª ABIMAD: DECORAÇÃO COM IDENTIDADE

18ª ABIMAD: DECORACIÓN CON IDENTIDAD

MAIS UMA VEZ OS FABRICANTES DE MÓVEIS E ACESSÓRIOS DE ALTA DECORAÇÃO SE REÚNEM DURANTE A 18ª EDIÇÃO DA ABIMAD, PRINCIPAL FEIRA DO SEGMENTO NA AMÉRICA LATINA, QUE ACONTECE DE 29 DE JULHO A 01 DE AGOSTO DE 2014 NO EXPO CENTER NORTE, EM SÃO PAULO.

UNA VEZ MÁS LOS FABRICANTES DE MUEBLES Y ACCESORIOS DE ALTA DECORACIÓN SE REÚNEN DURANTE LA 18ª EDICIÓN DE LA ABIMAD, PRINCIPAL FERIA DEL SEGMENTO DE AMÉRICA LATINA, QUE SE REALIZA DEL 29 DE JULIO AL 01 DE AGOSTO DE 2014 EN EL EXPO CENTER NORTE, EN SÃO PAULO.

Ocupando dois pavilhões, totalizando uma área de 26.800 m², sendo 18 mil m² de estandes, os 97 expositores apresentam um mix de produtos que incluem móveis e objetos de decoração nos mais variados estilos, atendendo toda a cadeira lojista do setor. “Esta é a primeira edição da feira do meio do ano no pavilhão Expo Center Norte. Assim como na edição de fevereiro, esperamos um aumento grande na visitação dos compradores e a permanência de mais dias no evento. Proporcionaremos aos expositores e lojistas, exclusivamente do setor moveleiro e de decoração, uma feira de negócios, objetivo principal da ABIMAD”, afirma Michel Otte, presidente da ABIMAD.

INFRAESTRUTURA

Características de todas as feiras da ABIMAD, a megaestrutura montada proporciona aos visitantes e expositores o máximo de conforto e praticidade. São oferecidos, gratuitamente, café da marca Nespresso, quick massage, além das tradicionais rodadas de espumante ao final de cada dia. “Também teremos quiosques de doces europeus, cupcakes, sorvetes, lanches, pizza e massas, além do restaurante montado dentro do pavilhão”, explica Patrícia Linhares de Souza, gerente Executiva da ABIMAD. A revista HALL também terá um estande próprio, apresentando aos profissionais do setor sua mais recente edição.

MICHEL OTTE, PRESIDENTE DA ABIMAD.

Ocupando dos pabellones, totalizando un área de 26.800 m², siendo 18 mil m² de stands, 97 expositores presentan una mezcla de productos que incluyen muebles y objetos de decoración en los más variados estilos, atendiendo toda la cadena de comerciantes del sector. “Esa es la primera edición de la feria de la mitad del año en el pabellón Expo Center Norte. Al igual que en la edición de febrero, esperamos un gran aumento en la visitación de los compradores y la permanencia de más días en el evento. Proporcionaremos a los expositores y comerciantes, exclusivamente del sector del mueble y de la decoración, una feria de negocios, objetivo principal de ABIMAD”, afirma Michel Otte, presidente de la ABIMAD.

INFRAESTRUCTURA

Características de todas las ferias de ABIMAD, la megaestructura montada proporciona a los visitantes y expositores el máximo de comodidad y practicidad. Se ofrecen, gratuitamente, café de la marca Nespresso, quick massage, además de las tradicionales ruedas de espumante al final de cada día. “También tendremos quiscos de dulces europeos, cupcakes, helados, meriendas, pizza y pastas, además del restaurante montado dentro del pabellón”, informa Patrícia Linhares de Souza, gerente Ejecutiva de la ABIMAD. La revista HALL también tendrá un stand propio, presentando a los comerciantes su última edición.

CAMPANHA 18ª ABIMAD

Ponto de referência para o lançamento de tendências no setor de decoração, a 18ª edição da feira da ABIMAD tem como tema "Toda tendência tem a nossa identidade". Partindo do conceito de que as tendências surgem na sociedade, nas ruas, nas indústrias, passando inclusive pelas feiras de negócios, o departamento de marketing da ABIMAD desenvolveu a campanha de 2014. "Juntos, os expositores da ABIMAD direcionam e ditam as tendências da alta decoração no Brasil. Fizemos um paralelo com a impressão digital, que representa a produção da indústria brasileira, onde cada móvel ou objeto de decoração traz impresso a marca dos nossos associados", explica Rafael Magno, do marketing da ABIMAD.

CONVIDADOS VIPS

Como acontece em todas as edições da feira, a ABIMAD está convidando cerca de 600 lojistas de todas as regiões do Brasil, que terão suas despesas com passagens aéreas, estadias, alimentação e traslados, durante os quatro dias do evento, totalmente custeados pela Associação. "Os principais lojistas do país estarão na ABIMAD, subsidiados pela associação, para fortalecer parcerias e abertura de novos clientes", explica o vice-presidente da ABIMAD Paulo Mourão.

CAMPAÑA 18ª ABIMAD

Punto de referencia para el lanzamiento de tendencias en el sector de decoración, la 18ª edición de la feria de la ABIMAD tiene como tema "Toda tendencia tiene nuestra identidad". Partiendo del concepto de que las tendencias surgen en la sociedad, en las calles, en las industrias, pasando incluso por las ferias de negocios, el departamento de marketing de la ABIMAD ha desarrollado la campaña de 2014. "Juntos, los expositores de ABIMAD orientan y dictan las tendencias de la alta decoración en Brasil. Hicimos un paralelo con la impresión digital, que representa la producción de la industria brasileña, donde cada mueble u objeto de decoración trae impreso la marca de nuestros asociados", explica Rafael Magno, del marketing de la ABIMAD.

INVITADOS VIPS

Tal como ocurre en todas las ediciones de la feria, ABIMAD está invitando a cerca de 600 comerciantes de todas las regiones de Brasil, que tendrán sus gastos con pasajes aéreos, estadías, alimentación y traslados, durante los cuatro días del evento, totalmente costeados por la Asociación. "Los principales comerciantes del país estarán en la ABIMAD, subsidiados por la asociación para fortalecer alianzas y abertura de nuevos clientes", declara el vicepresidente de la ABIMAD Paulo Mourão.

PAULO MOURÃO, VICE-PRESIDENTE DA ABIMAD.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Também visitarão a feira da ABIMAD cerca de 22 importadores de diversos países da América Latina, como Colômbia, Costa Rica, Equador, Guatemala, Panamá, Paraguai, República Dominicana e Uruguai. A vinda desses lojistas é subsidiada pela Associação, através do programa ABIMAD Export, que incentiva a exportação entre os associados participantes. Durante a feira acontece uma Rodada de Negócios com reuniões entre o importador e o expositor.

"É uma maneira rápida e eficaz para concretizar negócios", explica Erik Fiuza, do departamento internacional da ABIMAD. A desaceleração da atividade econômica brasileira também é um dos fatores que provocam a busca por outros mercados. "Recorrer às exportações para mercados que estão mais aquecidos é a alternativa frente à queda do consumo", analisa Fiuza.

SUSTENTABILIDADE

Sucesso na edição anterior, a iniciativa promovida pela ABIMAD para o descarte responsável dos materiais terá continuidade nesta edição da feira. Em parceria com a Anca (Agência Nacional de Consultoria Ambiental), a coleta seletiva irá reciclar lona plástica (bagum), carpete, madeira, plástico, papelão e metais em geral utilizados durante a montagem e desmontagem. "Este trabalho resulta na redução do número de caçambas contratadas para a retirada do lixo", explica José Lúcio Aragão, coordenador das Feiras.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

También visitarán la feria de ABIMAD cerca de 22 importadores de diversos países de América Latina, como Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Panamá, Paraguay, República Dominicana y Uruguay. La venida de estos comerciantes está subsidiada por la Asociación, a través del programa ABIMAD Export, que incentiva la exportación entre los asociados participantes. Durante la feria, se realiza una Rueda de Negocios con reuniones entre el importador y el expositor.

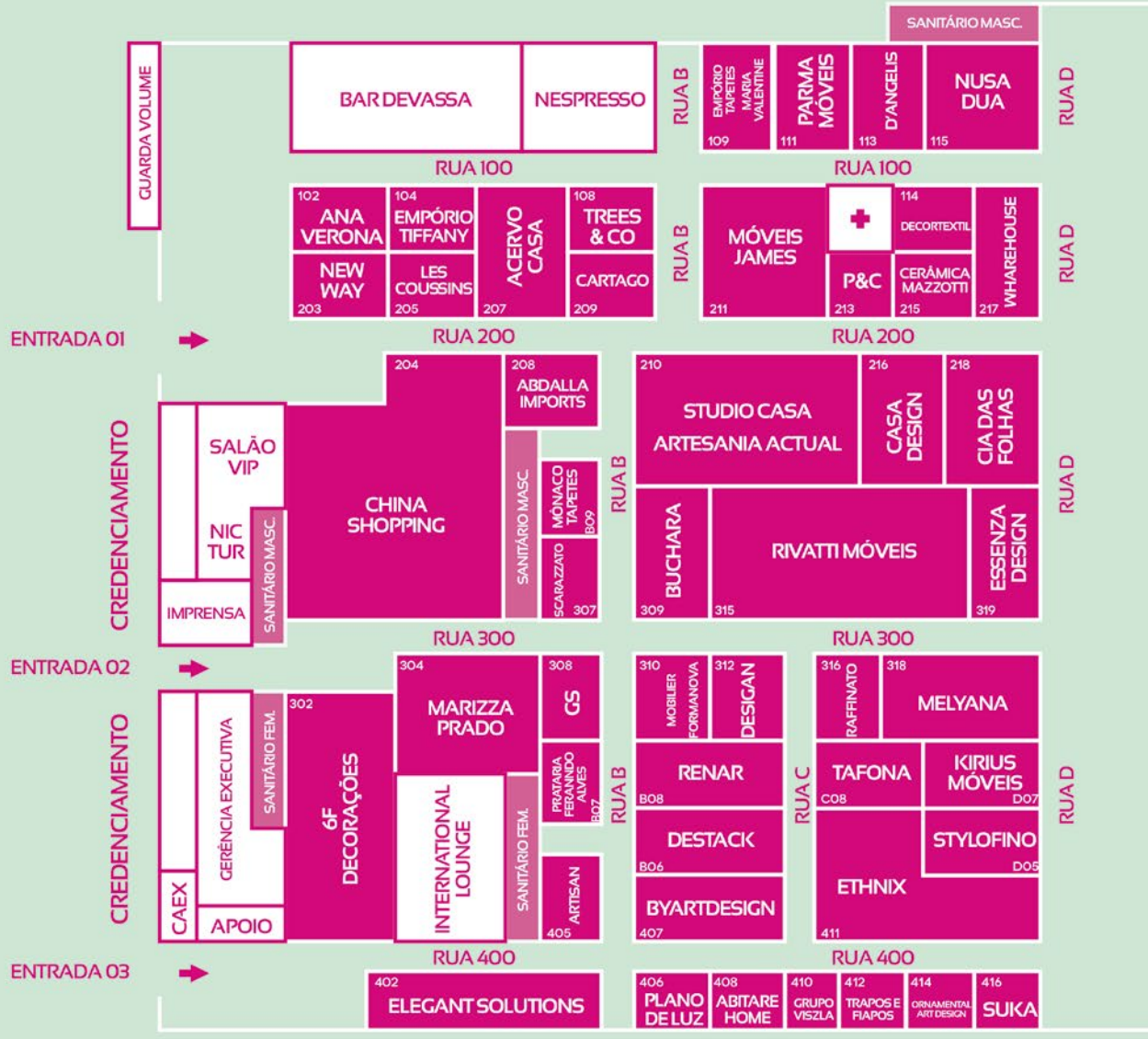
"Es un modo rápida y eficaz para concretar negocios", explica Erik Fiuza, del Departamento Internacional de la ABIMAD. La desaceleración de la actividad económica también es uno de los factores que provocan la búsqueda por otros mercados. "Recurrir a las exportaciones a mercados que están más calentados es la alternativa ante la baja del consumo", evalúa Fiuza.

SOSTENIBILIDAD

Éxito en la edición anterior, la iniciativa promovida por ABIMAD para el descarte responsable de los materiales tendrá continuidad en esta edición de la feria. En alianza con Anca (Agencia Nacional de Consultoría Ambiental), la recolección selectiva reciclará lona plástica (bagum), alfombra, madera, plástico, cartón y metales en general utilizados durante el montaje y desmontaje. "Ese trabajo resulta en la reducción del número de volquetes contratados para la recolección de la basura", aclara José Lúcio Aragão, coordinador de las Ferias.

18ª abimad
a arte de vender tendências

MAPA DA FEIRA



LISTA DE EXPOSITORES

302 6F Decorações
208 Abdalla Imports
408 Abitare Home
207 Acervo Casa
102 Ana Verona
223 Art Quadro
231 Artefama
210 Artesania Actual
405 Artisan
124 Bel Metais
427 Bela Flor
126 Bonté Móveis
331 BTC
309 Buchara
238 Butzke
407 Byartdesign
209 Cartago
216 Casa Design
215 Cerâmica Mazzotti
204 China Shopping
218 Cia das Folhas
342 Cristais São Marcos
113 D'Angelis
322 Deco Metal
114 Decortextil
312 Desigan
B06 Destack Móveis
436 Donaflor Mobília
420 Drapê Almofadas
402 Elegant Solutions
437 Elos Estofados
109 Empório Tapetes
104 Empório Tiffany
319 Essenza Design
332 Estambul Tapetes
411 Ethnix
343 Feeling Estofados
G05 Fibras Arte
310 Formanova
125 Formline
339 Germânia
432 Goods Br
410 Grupo Viszla
308 GS

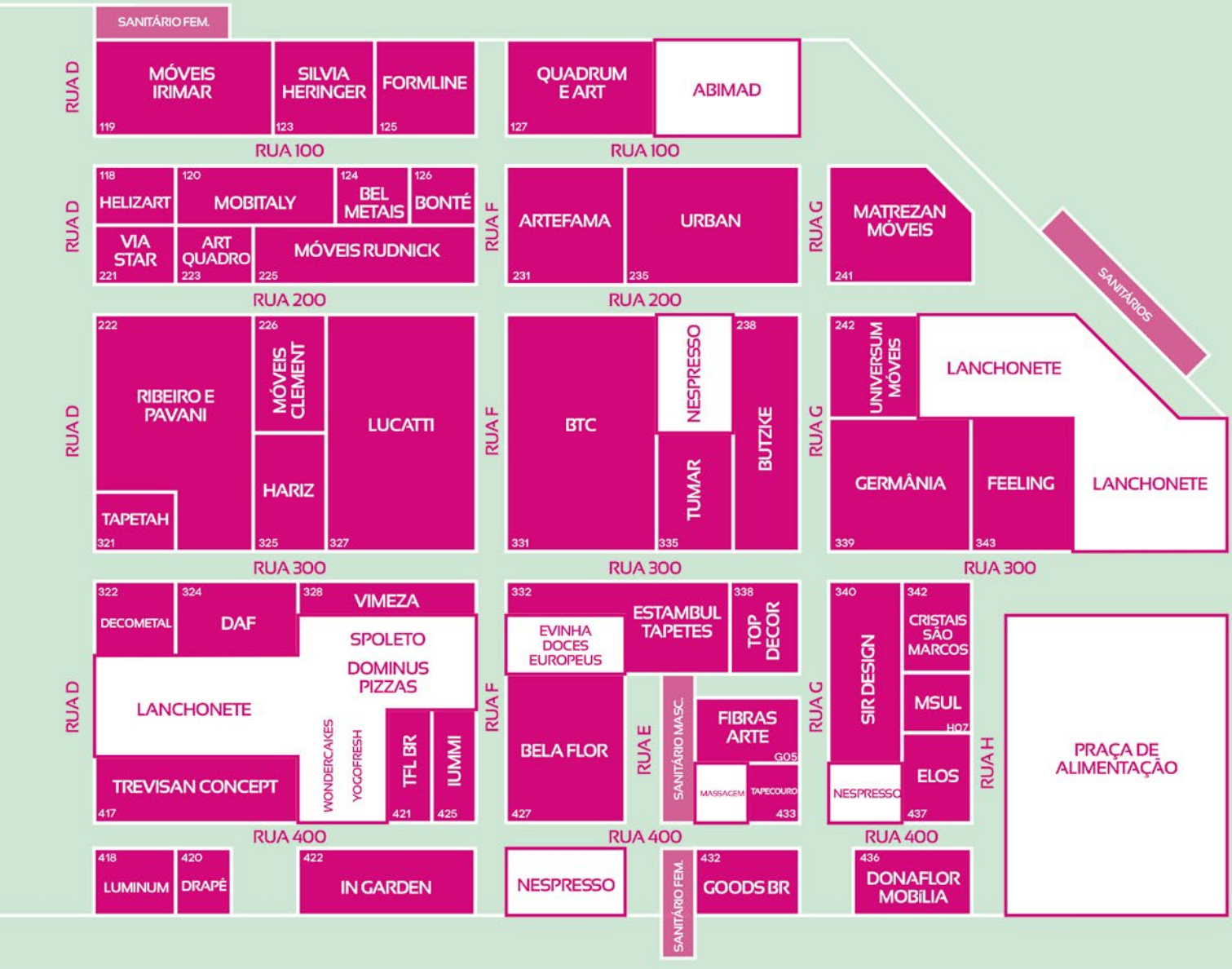
Divulgação

CASA VOGUE · WISH CASA · CASA CLAUDIA · KAZA

Apoio

abimad eXport · HALL

MAPA DA FEIRA



325 Hariz
118 Helizart
422 In Garden
425 Iummi
D07 Kirius Móveis
205 Les Coussins
327 Lucatti
418 Luminum
109 Maria Valentine
304 Marizza Prado
241 Matrezan Móveis
318 Melyana
324 Mobiliário DAF
310 Mobilier
120 Mobitaly
B09 Mônaco Tapetes
226 Móveis Clement
119 Móveis Irimar
211 Móveis James
225 Móveis Rudnick
H07 Msul Móveis
203 New Way
115 Nusa Dua
414 Ornamental Art Design
213 P&C ArteMobili
111 Parma Móveis
406 Plano de Luz
B07 Prataria Fernando Alves
127 Quadrum e Art
316 Raffinato
B08 Renar Móveis
222 Ribeiro e Pavani
315 Rivatti Móveis
307 Scarazzato
123 Silvia Heringer
340 Sir Design
210 Studio Casa
D05 Stylofino
416 Suka
C08 Tafona
433 Tapecouro
321 Tapetah
338 Top Decor
421 Tradeflow do Brasil
412 Trapos e Fiapos
108 Trees & Co
417 Trevisan Concept
335 Tumar
242 Universum Móveis
235 Urban
221 Via Star
328 Vimeza Móveis
217 Wharehouse

Local

EXPO CENTER NORTE
CENTRO DE EXPOSIÇÕES E CONVENÇÕES

Realização

abimad

DECORA LIDER

Referência no setor, a mostra Decora Lider apresenta ambientes criados por grandes nomes da arquitetura e decoração em oito cidades: Rio de Janeiro, Campinas, Ribeirão Preto, Vitória, Brasília, São Paulo, Salvador e Belo Horizonte. São 150 profissionais envolvidos na concepção dos 120 ambientes nas lojas da empresa.

www.liderinteriores.com.br

Referencia en el sector, la muestra Decora Lider presenta ambientes creados por grandes nombres de la arquitectura y decoración en ocho ciudades: Río de Janeiro, Campinas, Ribeirão Preto, Vitória, Brasília, São Paulo, Salvador y Belo Horizonte. Son 150 profesionales involucrados en la concepción de los 120 ambientes en las tiendas de la empresa.

1

2

3

4

1. Ana Valéria Valle e Vanessa Von Glenh - Decora Lider Brasília
2. Antônio Bettarelo – Decora Lider Ribeirão Preto
3. Leila Dionízios - Decora Lider Rio de Janeiro
4. Malu Melão - São Paulo

5. Marcos Xavier - Campinas
6. Cynthia Rondeli - Brasília
7. Mário Costa Santos - Decora Lider Rio de Janeiro
8. Max Mello – Decora Lider Vitória

FOTOS: JOMAR BRAGANÇA / DIVULGAÇÃO LIDER INTERIORES

9. Vanessa Vialli - Decora Lider Campinas 10. Silvia Bitelli - Decora Lider São Paulo 11. Malu Moura - Decora Lider Salvador

CASA COR SP

Com 79 ambientes, a 28ª Casa Cor São Paulo, que aconteceu entre maio e julho, enfatizou o conceito de Morar Bem, com soluções voltadas para casas, apartamentos, lofts e estúdios. Confira alguns ambientes criados por renomados profissionais.

Con 79 ambientes, la 28ª edición de Casa Cor São Paulo, que se realizó entre mayo y julio, enfatizó el concepto de Vivir Bien, con soluciones pensadas para casas, departamentos, lofts y estudios. Mire algunos ambientes creados por profesionales renombrados.

1

2

3

4

5

1. Adriana Giacometti - Cozinha Verona e Lavanderia 2. Maurício Karam Arquitetura - Biblioteca
3. Fabrizio Rollo - Pavilhão Social 4. Adriana Noya - Loft Metrópole 5. Bruno GAP - Adega Gourmet

6

7

8

9

10

11

6. Francisco Calio - Living & Spa
7. Gerson Dutra de Sá e Ana Lucia Salama - Cozinha Tribuna
8. Otto Mani Arquitetura e Interiores - Livraria Cultura
9. Leo Shehtman - Lounge Galeria
10. Francisca Reis - Home Theater
11. Patrícia Hagobian - Apartamento da Jovem Atriz

FOTOS: DIVULGAÇÃO CASA COR / MARCELO SCANDAROLI / LUFE GOMES / CLAUDIA REZENDE / ROGER DIPOLD / MÁRCIO SOUZA / SIDNEY DOLL

CASA COR SC

A mostra repetiu a estratégia do ano passado e contou com duas sedes no Estado: em Florianópolis, 22 espaços e na Praia Brava, em Itajaí, 23 ambientes. Com o tema SC Décor: Um Estado, todos os estilos, arquitetos, designers e decoradores apresentaram projetos com o estilo de vida catarinense, da Serra ao Litoral.

La muestra repitió la estrategia del año pasado y contó con dos sedes en el Estado: en Florianópolis, 22 espacios, y en Praia Brava, en Itajaí, 23 ambientes. Con el tema SC Décor: Un Estado, todos los estilos, arquitectos,diseñadores y decoradores presentaron proyectos con el estilos de vida de Santa Catarina, desde la Sierra hasta la Costa.

www.casacorsc.com.br

1

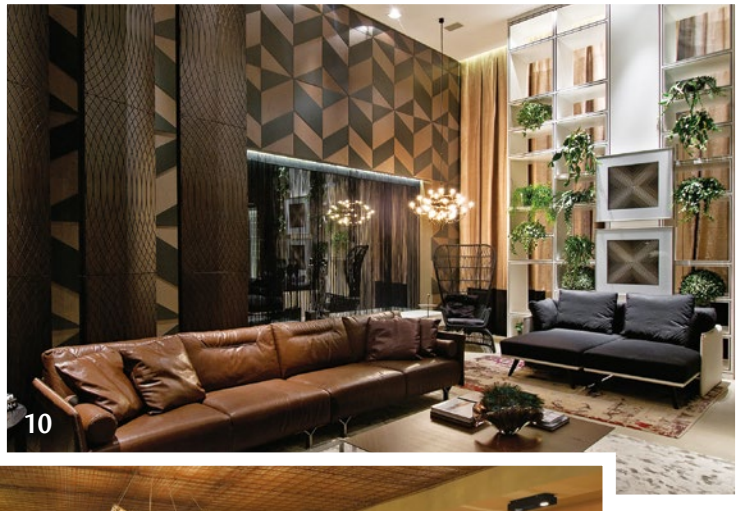
2

3

4

1. Adriana Piva - Estar Luxo Itapema
2. Alexandre Voigt Arquitetura - Suíte do Jovem Executivo
3. Anna Maya e Anderson Schussler - Home Theather
4. Blanc Concept Design - Lounge Casablanca

FOTOS: DIVULGAÇÃO / SIDNEY KAIR / LIO SIMAS / RUDI RAZADOR



5. Daniela Vieira - Studio Balneário Camboriú Celebrate 50th 6. Estúdio HL - Arquitetura e Interiores - The Guest Room
7. Juliana Pippi - Nova Bossa 8. Gebara & Filártiga Arquitetos - Estar... Entre Amigos 9. Salvio Moraes Jr e Moacir Schmitt Jr - Loft 44
10. Junior Granatti - Vinho e Arte Lifestyle 11. Logo Arquitetura - Home Cinema 12. Pinheiro e Serrano Fonseca Arquitetura - Catarina Põe à mesa

CURTA NOSSAS FANPAGES!

HALL ABIMAD

REVISTA HALL

FACEBOOK.COM/REVISTAHALL

ABIMAD

FACEBOOK.COM/FEIRAABIMAD

abimad

Gastronomia

PODIUM

Em homenagem aos 20 anos do legado do tricampeão de Fórmula 1, Ayrton Senna, a Moët & Chandon, recria em exclusiva edição limitada de 41 peças, as icônicas garrafas Jeroboam que marcaram as 41 vitórias do campeão. Cada uma das garrafas Jeroboam de 3 litros conta com uma medalha de prata com a indicação de um dos 41 Grand Prix conquistados pelo tricampeão mundial. A peça é acondicionada em uma caixa de madeira, decorada com uma placa com a relação das 41 vitórias do piloto, e possui um certificado de autenticidade. Parte da renda obtida será revertida aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna.

PODIUM

En homenaje a los 20 años del legado del tricampeón de Fórmula 1, Ayrton Senna, Moët & Chandon, recrea en exclusiva edición limitada de 41 piezas, las icónicas botellas Jeroboam que marcaron las 41 victorias del campeón. Cada una de las botellas Jeroboam de 3 litros cuenta con una medalla de plata con la indicación de los 41 Grand Prix conquistados por el tricampeón mundial. La pieza está acondicionada en una caja de madera, decorada con una placa con la relación de las 41 victorias del piloto, y tiene un certificado de autenticidad. Parte de la recaudación obtenida se destinará a los programas educacionales del Instituto Ayrton Senna.

www.moet.com

GOURMET

Smart Spice é a linha de moedores de especiarias e temperos para valorizar receitas e realçar o sabor, a aparência e o aroma dos alimentos. Importados da África do Sul, uma das novidades é a embalagem 4 em 1, devidamente separados, inclusive com tampas individuais. Entre os temperos o Sal Rosa do Himalaia, o Lemon Pepper e o Alho & Chilli.

www.latinex.com.br

GOURMET

Smart Spice es la línea de trituradoras de especias y condimentos para valorar las recetas y realzar el sabor, la presentación y el aroma de los alimentos. Importados de África del Sur, una de las novedades es el embalaje 4 en 1, debidamente separados, incluso con tapas individuales. Entre los condimentos, la Sal Rosa del Himalaya, el Lemon Pepper y el Ajo & Ají.

CERVEJA COM ARTE

A Cerveja Paulistânia Clara chega ao mercado com a sua terceira edição de rótulos culturais. Marca própria da Bier & Wein, produzida no interior de São Paulo, a marca apresenta 12 rótulos coloridos alusivos às manifestações culturais brasileiras, criados pela artista plástica Lu Paternostro. A série de rótulos 'Traços do Brasil' contempla o Carnaval, a Capoeira, o Futebol, o Boi Bumbá, o Frevo, as Danças Gaúchas, entre outros.

CERVEZA CON ARTE

La Cerveza Paulistânia Clara llega al mercado con su tercera edición de etiquetas culturales. Marca propia de Bier & Wein, producida en el interior de São Paulo, la marca presenta 12 etiquetas coloridas alusivas a las manifestaciones culturales brasileñas, creadas por la artista plástica Lu Paternostro. La serie de etiquetas 'Traços do Brasil' incluye el Carnaval, la Capoeira, el Fútbol, el Boi Bumbá, el Frevo, los Bailes de Rio Grande do Sul, entre otros.

www.cervejapaulistania.com.br

ESPUMANTE

O espumante Brasil Intenso é o novo lançamento da Vinícola Salton. A bebida, com equilibrada acidez e frescor por seus elementos mais cítricos, tem aroma de flores brancas, nozes, cogumelos, cevada tostada e levedura de pão. Elaborado pelo método Charmat longo, o espumante é mantido por 18 meses em contato com as leveduras, combinando os varietais Chardonnay, Pinot Noir e Riesling.

ESPUMANTE

El espumante Brasil Intenso es el lanzamiento de la Vinícola Salton. La bebida, con acidez equilibrada y frescor por sus elementos más cítricos, tiene aroma de flores blancas, nueces, champiñones, cebada tostada y levadura de pan. Elaborado por el método Charmat largo, se mantiene el espumante durante 18 meses en contacto con las levaduras, combinando los varietales Chardonnay, Pinot Noir y Riesling.

www.salton.com.br

DESTILADO

Envelhecida por sete anos em tonéis de carvalho, a cachaça Antônio Rodrigues – Reserva do Coronel, é produzida na cidade mineira de Salinas, conhecida como a capital mundial da bebida. Com aroma perfumado e sabor suave, a embalagem de luxo apresenta design arrojado e customizado, produzido pela Owens-Illinois, maior fabricante de embalagens de vidro do mundo.

DESTILADO

Añejada por siete años en toneles de roble, la agua ardiente Antônio Rodrigues – Reserva do Coronel, es producida en la ciudad Salinas, Minas Gerais, conocida como la capital mundial de la bebida. Con aroma perfumado y sabor suave, el embalaje de lujo presenta diseño innovador y personalizado, producido por Owens-Illinois, fabricante de embalajes de vidrio más grande del mundo.

www.cachacaantoniorodrigues.com.br

AROMÁTICO

Com características típicas do solo e do clima do Vale do Maipo, nas encostas da Cordilheira dos Andes, o Finis Terrae - Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah 2008, da vinícola chilena Cousiño Macul, tem intensa cor vermelha rubi. O tinto tem aromas de cereja e morango que se misturam com notas de especiarias.

AROMÁTICO

Con características típicas del suelo y del clima del Vale del Maipo, en las pendientes de la Cordillera de los Andes, el Finis Terrae - Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah 2008, de la vinícola chilena Cousiño Macul, tiene intenso color rojo rubí. El tinto tiene aromas de cereza y fresa que se mezclan con notas de especias.

www.cousinomacul.com

SUL

O poeta gaúcho Mario Quintana foi a inspiração do chef Marcos Livi para o recém-inaugurado bar Quintana, em São Paulo. Com imensas janelas que integram os ambientes, o projeto do arquiteto Vitor Penha revestiu a fachada com azulejo português e cobriu todo o teto com caixas de ovos. O mezzanino tem decoração rústica e no andar superior um lounge a céu aberto com uma horta. O cardápio, criado para petiscar, resgata a culinária de várias regiões, especialmente o Sul. Entre as opções Goulash & Knodel, Bolo de Carne Alemão, Vôngole em conserva, pastel de camarão e Frigideira de siri com crisp de raízes e bolinho de arroz doce recheado de doce de leite com sorvete de chimarrão.

SUR

El poeta de Rio Grande do Sul, Mário Quintana, fue la inspiración del chef Marcos Livi para el recién inaugurado bar Quintana, en São Paulo. Con inmensas ventanas que integran los ambientes, el proyecto del arquitecto Vitor Penha revistió la fachada con azulejo portugués y cubrió todo el techo con cajas de huevos. El mezzanino tiene decoración rústica y en el piso superior un lounge al aire libre con una huerta. El menú, elaborado con aperitivos, rescata la culinaria de varias regiones, especialmente el Sur. Entre las opciones, Goulash & Knodel, Pastel de Carne Alemán, Vóngole en conserva, empanada frita de camarones y Tortilla de Cangrejos con crisp de raíces y buñuelos de arroz dulce rellenos con dulce de leche, acompaña helado de mate.

Rua Olavo Bilac, 57 - Vila Sofia - São Paulo
Tel.: +55 (11) 2129-6570 - www.quintanabar.com.br

Rua Mourato, Coelho, 1.343 - Vila Madalena - São Paulo
Tel.: +55 (11) 3814-2445 - www.lapero.com.br

COUVERT

Comandada pelo casal franco-brasileiro Taís Ayres e Laurent Scotto, o L´aperô Bar & Bistrot, oferece os clássicos da gastronomia francesa no boêmio bairro da Vila Madalena, em São Paulo. Mistura de bar e restaurante, dividido em terraço, salão e andar superior, os destaques do cardápio são o Moules-Frites Roquerfort (mexilhões com molho de queijo roquefort e batatas), o Saumon en Papillotte, e o Filet Mignon Raclette.

COUVERT

Dirigida por la pareja franco-brasileña Taís Ayres y Laurent Scotto, L'aperô Bar & Bistrot, ofrece los clásicos de la gastronomía francesa en el barrio bohemio de Vila Madalena, en São Paulo. Mezcla de bar y restaurante, dividido en terraza, salón y pisos superior, los destaques del menú son el Moules-Frites Roquefort (mejillones con salsa de queso roquefort y papas), el Saumon en Papillotte, y el Filete Mignon Reclette.

Rua Capote Valente, 500 - Pinheiros - São Paulo
Tel.: +55 (11) 3064-1155 - www.laterrina.com.br

PASTA

Focado na clássica culinária italiana, o restaurante La Terrina tem decoração que remete a uma vila italiana, com pilares e fontes. O chef Aldo Teixeira propõe receitas tradicionais em que predominam as massas frescas, produzidas na própria casa, como o Taglierini com Gamberoni e Zucchini (foto), massa ao molho de camarões cozidos, creme de leite, açafrão e fios de abobrinha. Entre os pratos à base de carne, destaque para o "Caprito Al Forno", parte da perna do cabrito assada e acompanhada de brócolis ao alho e óleo e batatas coradas.

PASTA

Enfocado en la clásica culinaria italiana, el restaurante La Terrina tiene decoración que remite a una villa italiana, con pilares y fuentes. El chef Aldo Teixeira propone recetas tradicionales en las cuales predominan las pastas frescas, producidas en la propia casa, con el Taglierini con Gamberoni y Zucchini (foto), masa con salsa de camarones cocidos, crema de leche, azafrán e hilos de calabacines. Entre los platos a base de carne, se destaca el "Caprito Al Horno", parte de la perta del cabrito asada y acompañada de brócoli con ajo y aceite y papas asadas.

ÚNICO

Em ambiente típico de uma brasserie parisiense, o restaurante L'Entrecôte de Paris é famoso por servir um único prato, o Noix D'entrecôte (corte francês da parte nobre do contrafilé). O prato acompanha batatas fritas à vontade e possui um misterioso molho secreto, que leva 21 ingredientes e 36 horas para ficar pronto. Em São Paulo, são duas unidades, no Itaim-Bibi e Jardins.

ÚNICO

En ambiente típico de una brasserie parisiense, el restaurante L'Entrecôte de París es famoso por servir un único plato, el Noix D'entrecôte (corte francés de la parte noble del solomillo). El plato viene acompañado de papas fritas libre y tiene una misteriosa salsa secreta, que lleva 21 ingredientes y 36 horas para estar lista. En São Paulo, son dos unidades, en Itaim-Bibi y Jardins.

Rua Pedroso Alvarenga, 1135 - São Paulo - Tel.: +55 (11) 3078-6942 - www.lentrecotedeparis.com.br

AEROPORTO

A maior rede de comida italiana, a Olive Garden, com 739 unidades nos EUA, inaugurou seu primeiro restaurante no Brasil, no Aeroporto de Cumbica, na cidade de Guarulhos, em São Paulo. Além das massas clássicas Spaghetti à Bolognesa, Lasagna e Ravioli, outro destaque do cardápio são as entradas, como a Lasagna Frita, o Chicken Alfredo e o Steak Gorgonzola Alfredo. Há ainda pratos com frutos do mar, frango, carnes, saladas diversas, sopas, pizzas, sobremesas e uma extensa carta de vinhos.

AEROPUERTO

La red de comida italiana más grande de EE.UU, Olive Garden, con 739 unidades, inauguró su primer restaurante en Brasil, en el Aeropuerto de Cumbica, en la ciudad de Guarulhos, en São Paulo. Además de las pastas clásicas Espagueti a Boloñesa, Lasaña y Raviolis, otro destaque del menú son las entradas, como la Lasaña Frita, el Chicken Alfredo y el Steak Gorgonzola Alfredo. También hay platos con mariscos, pollo, carnes, ensaladas diversas, sopas, pizzas, postres y una amplia carta de vinos.

GRU International Airport - Terminal 3
Guarulhos - SP - www.olivegarden.com.br

MANGIARE

Próximo ao Parque do Ibirapuera, em São Paulo, o Bottega di Paradisi, alia o charme dos botecos italianos com a informalidade dos bares paulistanos. Projetada pelo arquiteto Otavio de Sanctis, a decoração tem um clima retrô, dos anos 50/60, com postes de iluminação, piso xadrez, toldo bege listrado e, nas paredes, provérbios e pôsteres de filmes italianos (ou rodados na Itália). O menu inclui petiscos como a porção de polpettines (bolinhas de carne servidas com molho de tomate fresco e parmesão fundido) e os crostini ai fichi (figo grelhado, camembert derretido, presunto Parma, rúcula, molho de mel e aceto balsâmico). A sobremesa affogato (sorvete mergulhado em café espresso e calda de chocolate) é uma das mais pedidas.

MANGIARE

Cerca del Parque do Ibirapuera, en São Paulo, el Bottega di Paradisi, alía el encanto de los barcitos italianos con la informalidad de los bares de São Paulo. Proyectada por el arquitecto Otavio de Sanctis, la decoración tiene un clima retro, de los años 50 y 60, con postes de iluminación, piso cuadriculado, toldo beis con rayas y, en las paredes, proverbios y carteles de películas italianas (o filmados en Italia). El menú incluye aperitivos como la porción de polpettines (buñuelos de carne servidos con salsa de tomate fresco y parmesano fundido) y los crostini ai fichi (higo a la plancha, camembert derretido, jamón de Parma, rúcula, salsa de miel y aceto balsámico). El postre affogato (helado sumergido en café expreso y salsa de chocolate) es uno de los más pedidos.

Rua Pirapora, 218 – Paraíso - São Paulo - Tel.: +55 (11) 3052-1473 - www.bottegaparadisi.com.br

JANTAR

Marcelo Felmanas, da 6F Decorações, e Angelo Derenze, presidente da Casa Cor, ofereceram um jantar para arquitetos e decoradores da Mostra para lançar uma linha de peças em cerâmica. A coleção desenhada por Felmanas é inspirada nos tons terrosos do Oriente e conta com vasos, floreiras, cachepots e pratos.

CENA

Marcelo Felmanas, de 6F Decorações, y Angelo Derenze, presidente de Casa Cor, ofrecieron una cena a arquitectos y a decoradores de la Muestra para lanzar una línea de piezas en cerámica. La colección, diseñadas por Felmanas, está inspirada en tonos terrosos del Oriente y cuenta con jarrones, jardineras y macetas.

FOTOS: DIVULGAÇÃO / CARLOS PRATES

1. ANGELO DERENZE, SIG BERGAMIN E MURILO LOMAS 2. CRISTINA FERRAZ 3. DAVID BASTOS 4. FABRIZIO ROLLO E MARCELO FELMANAS
5. FRANCISCO CALIO, PATRICIA FAVALE, GUILHERME TORRES E ALLEX COLONTONIO 6. JOÃO ARMENTANO E ANTONIO FERREIRA JUNIOR 7. MIRA FELMANAS E SIG BERGAMIN

OPORTUNIDADE

A Tokglass promoveu uma visita guiada à sua fábrica para os alunos do Projeto Pescar (www.projetopescar.org.br), instituição que prepara jovens de baixa renda para inclusão social e no mercado de trabalho. Os estudantes tiveram a oportunidade de tirar dúvidas e aprender um pouco mais sobre a produção de móveis e os processos de acabamento da Tokglass, que apoia o projeto há três anos.

OPORTUNIDAD

Tokglass promovió una visita guiada a su fábrica para los alumnos del Proyecto Pescar (www.projetopescar.org.br), institución que prepara a jóvenes de bajos ingresos para inclusión social y para el mercado laboral. Los estudiantes tuvieron la oportunidad de sacar dudas y aprender un poco más acerca de la producción de muebles y los procesos de acabado de Tokglass, que apoya el proyecto hace tres años.

WWW.TOKGLASS.COM.BR

QUIOSQUE

Líder na produção de peças em espelho e vidro colorido, a Tokglass inaugurou seu primeiro quiosque no shopping Iguatemi, de Porto Alegre (RS). No mês de abertura, três móveis foram colocados estrategicamente pelos corredores do shopping: a penteadeira na cor berinjela, o aparador Canton verde e a bombée rosa. O espaço, com 12 m², conta com diversos cubos móveis, o que possibilita diferentes formas de organização, além de objetos de decoração como castiçais, cachepôs, bandejas, porta-retratos e caixas revestidas, entre outros.

QUIOSCO

Líder en la producción de piezas en espejo y vidrio colorido, Tokglass ha inaugurado su primer quisco en el shopping Iguatemi de Porto Alegre (RS). En el mes de inauguración, se dispusieron estratégicamente tres muebles por los pasillos del shopping: tocador en el color berenjena, el aparador Canton verde y la bombée rosa. El espacio, con 12 m², cuenta con diversos cubos móviles, lo que permite diferentes modos de organización, además de objetos de decoración como candelabros, macetas, bandejas, portarretratos y cajas revestidas, entre otros.

WWW.TOKGLASS.COM.BR

FOTO: DENI CORSINO / DIVULGAÇÃO

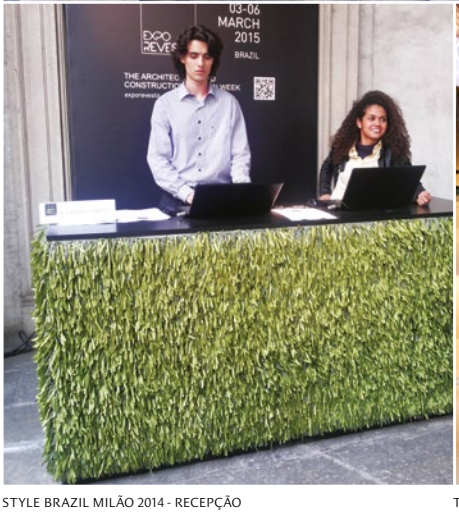
STYLE BRAZIL MILÃO 2014

MILÃO 2014

As colunas do Palazzo Giureconsulti foram revestida pela Style Brazil com fita de cetim fio Medusa® na cor verde oliva, durante o II Salone del Mobile 2014, em Milão. Além da fachada e do balcão de recepção, a empresa expôs dois tapetes na mostra Brazil S/A: Medusa Copacabana e Medusa Way. Os diretores da Style Brazil, Flávio Nep e Jeannety Farias Nep receberam o presidente da ABIMAD, Michel Otte, e o diretor da Butzke, Guido Otte.

MILÁN 2014

Las columnas de Palazzo Giuresconsulti han sido revestida por Style Brazil con cinta de satén hilo Medusa® en el color verde oliva, durante el II Salone del Mobile 2014, en Milán. Además de la fachada y del mostrador de recepción, la empresa expuso dos alfombras en la muestra Brazil S/A: Medusa Copacabana y Medusa Way. Los directores de Style Brazil, Flávio Nep y Jennety Farias Nep recibieron al presidente de ABIMAD, Michel Otte, y al director de Butzke, Guido Otte.



STYLE BRAZIL MILÃO 2014 - RECEPÇÃO

TAPETE MEDUSA COPACABANA STYLE BRAZIL

GUIDO OTE, MICHEL OTTE E FLÁVIO NEP

COMEMORAÇÃO

Fundada em 1974 pelo casal Virgilio e Adelheid Kehl, a Germania Móveis e Decorações, comemorou 40 anos em maio. Durante todo o ano, a empresa organiza ações promocionais com foco nas redes sociais. Para comemorar, foi lançada uma nova logomarca.

CONMEMORACIÓN

Fundada en 1974 por la pareja Virgilio y Adelheid Kehl, Germania Móveis e Decorações, conmemoró sus 40 años en mayo. Durante todo el año, la empresa organiza acciones promocionales con enfoque en las redes sociales. Para conmemorar, se lanzó una nueva logomarca.

WWW.GERMANIA.COM.BR

Flor lilás, passarinho lilás, lago lilás...

SE O MUNDO TIVESSE SÓ UMA COR, OS DIAS NÃO TERIAM A MESMA GRAÇA.

WWW.DAFBRITTO.COM.BR
FACEBOOK.COM/DAFMOBILIARIO

daf
BRITTO

© Britto Central, Inc.

AGENCIABATUCA.COM.BR

FOTO: DIVULGAÇÃO

WWW.SALVATOREMINUANO.COM.BR

FASHION

O tapete Portinari, da Salvatore Tiles & Tapetes, desenhado pelo estilista mineiro Ronaldo Fraga, revestiu a passarela do seu desfile na última edição da São Paulo Fashion Week, cujo tema da tema da coleção foi "Cândido Portinari". Em couro bovino, a peça tem desenho assimétrico com cores vibrantes.

FASHION

La alfombra Portinari, de Salvatore Tiles & Tapetes, diseñado por el estilista de Minas Gerais, Rolando Fraga, revistió la pasarela de su desfile en la última edición de São Paulo Fashion Week, cuyo tema de la colección fue Cândido Portinari. En cuero bovino, la pieza tiene diseño asimétrico con colores vibrantes.

FOTO: DIVULGAÇÃO

SANDRO KAHLOW, DA RUDNICK, RECEBE O PRÊMIO TOP OF MIND SC

PREMIAÇÃO

A Móveis Rudnick recebeu o prêmio Top of Mind Santa Catarina 2014, na categoria Móveis e Aglomerados. Criado em 1995 pelo Instituto Mapa, em parceria com o jornal A Notícia, a cerimônia de premiação da 20ª edição aconteceu no auditório da Federação das Indústrias de Santa Catarina (Fiesc), em Florianópolis. Sandro Kahlow, diretor de mercado da Móveis Rudnick, recebeu o prêmio. Para chegar aos vencedores foi realizada uma pesquisa no Estado para saber quais as marcas mais lembradas pelos catarinenses, através de uma única pergunta: "Qual a primeira marca ou nome que lhe vem à cabeça, quando se fala em...?"

PREMIACIÓN

Móveis Rudnick recibió el premio Top of Mind Santa Catarina 2014, en la categoría Muebles y Aglomerados. Creado en 1995 por el Instituto Mapa, en alianza con el diario A Notícia, la ceremonia de premiación de la 20ª edición se realizó en el auditorio de la Fiesc (Federación de las Industrias de Santa Catarina), en Florianópolis. Sandro Kahlow, director de mercado de Móveis Rudnick, recibió el premio. Para definir a los ganadores, se realizó un estudio en el Estado para saber cuáles marcas eran las más recordadas por los habitantes de Santa Catarina, que respondieron a una pregunta: "¿cuál la primera marca o nombre que se le viene a la memoria cuando se habla de...?"

WWW.RUDNICK.COM.BR

FOTO: DIVULGAÇÃO

HERVAL - SHOWROOM CAPÃO

AGNELO SEGER - DIRETOR DA HERVAL MÓVEIS E COLCHÕES

SHOWROOM

O Grupo Herval reinaugurou o showroom de Capão da Canoa, cidade do litoral norte gaúcho. Angelo Seger, diretor da Herval Móveis e Colhões, recepcionou arquitetos, designers e corretores no espaço de 1000 m².

SHOWROOM

El Grupo Herval reinauguró el showroom de Capão da Canoa, ciudad de la costa norte de Rio Grande do Sul. Angelo Seger, director de Herval Móveis e Colhões, ha recibido a arquitectos, diseñadores y corredores en el espacio 1000 m².

WWW.HERVAL.COM.BR

CASA COR

O mobiliário da Butzke marcou presença na Casa Cor Santa Catarina em dois ambientes. No espaço Concept Baby, da Espaço do Traço Arquitetura, as arquitetas e urbanistas Maíra Queiroz e Vanessa Faller utilizaram o balançotte. Já nos Banheiros Públicos Lavand´alma, da arquiteta Katia Véras junto com os acadêmicos do curso de Arquitetura e Urbanismo da UNIVALI (Fundação Universidade do Vale do Itajaí), foram utilizadas as poltronas Vila Rica e os bancos Gaia.

CASA COR

El mobiliario de Butzke marcó presencia en Casa Cor Santa Catarina en dos ambientes. En el espacio Concept Baby, de Espaço Traço Arquitetura, las arquitectas y urbanistas Maíra Queiroz y Vanessa Faller utilizaron el columpio. En los Baños Públicos Lavand'alma, de la arquitecta Katia Véras, junto con los académicos del curso de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de UNIVALI (Fundación Universidad del Vale do Itajaí), se han utilizado los sillones Vila Rica y los bancos Gaia.

WWW.BUTZKE.COM.BR

BUTZKE - CASA COR SC - CONCEPT BABY

BUTZKE - CASA COR SC - BANHEIRO PÚBLICO

FOTOS: LIO SIMAS / SIDNEY KAIR / DIVULGAÇÃO / CASA COR SC

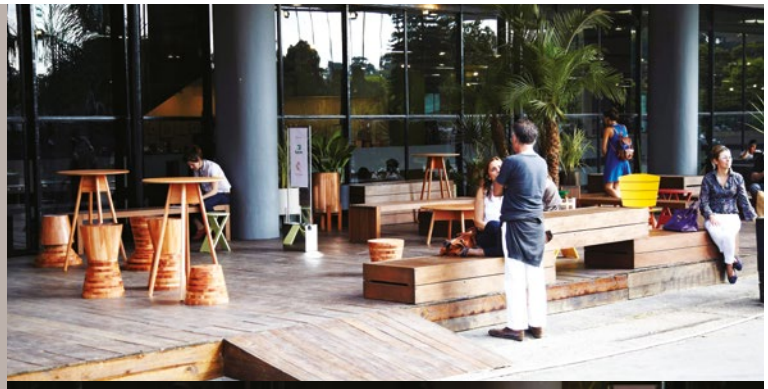
ARTE

Durante a Feira de Arte Internacional de São Paulo, que aconteceu em abril, a Butzke ambientou o lounge da área externa do Pavilhão da Bienal, no Parque Ibirapuera.

ARTE

Durante la Feria de Arte Internacional de São Paulo, que se realizó en abril, la Butzke ambientó el lounge del área externa del Pabellón de la Bienal, en el Parque Ibirapuera.

www.butzke.com.br



BUTZKE - FEIRA ARTE SP

FOTOS: DIVULGAÇÃO

EQUIPE ESTOFADOS TIRONI

EQUIPE MÓVEIS JAMES

TORCIDA

Associadas da ABIMAD aproveitaram o momento da Copa do Mundo para celebrar com os colaboradores. Estofados Tironi e Móveis James, por exemplo, reuniram suas equipes, uniformizadas, em uma torcida pela seleção brasileira.

HINCHADA

Asociadas de la ABIMAD aprovecharon el momento del Mundial de Fútbol para celebrar con los empleados. Estofados Tironi y Móveis James, por ejemplo, reunieron a sus equipos, uniformizados, en una hinchada por al selección brasileña.

rivatti
móveis

VENDA exclusiva PARA LOJISTAS

cadeiras | poltronas | aparadores | cômodas | vasos vietnamitas | office | penteadeiras | sofás | banquetas | mesas

www.rivatti.com.br | 54 3025.9300 | vendas@rivatti.com.br

rivatti
móveis

MARCO TÚLIO FERREIRA
(DEPTO. DE COMPRAS DA ABIMAD/
TULIO@ABIMAD.COM.BR)

NR-12 SEGURANÇA NO TRABALHO EM MÁQUINAS MOVELEIRAS

NR-12 – SEGURIDAD EN EL TRABAJO EN MÁQUINAS PARA MUEBLES

POR MARCO TÚLIO FERREIRA

A NR-12 É UMA NORMA REGULAMENTADORA DO MINISTÉRIO DO TRABALHO QUE VISA GARANTIR A SEGURANÇA DE COLABORADORES QUE OPERAM MÁQUINAS INDUSTRIAIS. ESTABELECE OS PROCEDIMENTOS DE SEGURANÇA OBRIGATÓRIOS E REFERE-SE A MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS NOVOS E USADOS. O EMPRESÁRIO BRASILEIRO ESTÁ SEMPRE CORRENDO ATRÁS DE ADEQUAÇÕES E REDUÇÃO DE IMPOSTOS. AS NORMAS COSTUMAM DIFICULTAR SEUS PROCESSOS E, CONSEQUENTEMENTE, ALTERAM SEUS CUSTOS. AGORA ESTAMOS DIANTE DA NR-12, QUE TEM RAZÕES POSITIVAS, PORÉM AS EMPRESAS MOVELEIRAS PRECISARÃO DE TEMPO PARA SE AJUSTAR.

ESTAS NORMAS DE SEGURANÇA DE MÁQUINAS JÁ VÊM SENDO COBRADAS EM ALGUNS SETORES COMO METALÚRGICAS E EMPRESAS DO EXTERIOR. COMO DISSE VLADIMIR KUSE, DIRETOR DA AUTOMASEFETY, "O GRANDE OBJETIVO DESTA NORMA É A UTILIZAÇÃO DE MÁQUINAS SEGURAS COM ACIDENTES ZERO".

LA NR-12 ES UNA NORMA REGLAMENTARIA DEL MINISTERIO DE TRABAJO CUYO OBJETIVO ES LA SEGURIDAD DE COLABORADORES QUE OPERAN MÁQUINAS INDUSTRIALES. ESTABLECE LOS PROCEDIMIENTOS DE SEGURIDAD OBLIGATORIOS Y SE REFIERE A MÁQUINAS Y EQUIPOS NUEVOS Y USADOS. EL EMPRESARIO BRASILEÑO ESTÁ EN CONSTANTE BÚSQUEDA POR ADECUACIONES Y REDUCCIÓN DE IMPUESTOS. LAS NORMAS SUELEN DIFICULTAR SUS PROCESOS Y, A CONSECUENCIA, ALTERAN SUS COSTOS. AHORA ESTAMOS ANTE LA NR-12, QUE TIENE RAZONES POSITIVAS, PERO, LAS EMPRESAS DE MUEBLES NECESITARÁN TIEMPO PARA AJUSTARSE.

YA SE ESTÁN EXIGIENDO ESTAS NORMAS DE SEGURIDAD DE MÁQUINAS EN ALGUNOS SECTORES COMO METALÚRGICAS Y EMPRESAS DEL EXTERIOR. COMO HA DICHO VLADIMIR KUSE, DIRECTOR DE AUTOMASEFETY, "EL GRAN OBJETIVO DE ESA NORMA ES LA UTILIZACIÓN DE MÁQUINAS SEGURAS CON ACCIDENTES CERO".

DOCUMENTAÇÃO

O problema das indústrias é que os equipamentos antigos não estão totalmente adaptados, com as proteções necessárias. Os manuais das máquinas devem ser escritos na língua portuguesa (Brasil), serem claros e objetivos, possuir procedimentos de utilização da máquina com segurança, com pontos de manutenção, lubrificação e tempos de revisões, com trocas das peças, como em nossos carros.

De acordo com a NR-12, o empregador deve manter o inventário das máquinas atualizado com as devidas identificações e com a localização em planta baixa (layout) com identificação por tipo, capacidade e sistemas de segurança.

A empresa deverá contratar serviços especializados para avaliar os riscos das máquinas e o tipo de proteção necessária e a área de abrangência, elétrica, eletrônica, mecânica, pneumática ou hidráulica, além de emitir uma ART no CREA.

A fiscalização esta sendo feita através dos fiscais do Ministério do Trabalho.

As adequações em máquinas antigas variam muito, mas uma proteção sofisticada com proteções mecânicas, elétricas, sensores, cortina de luz, sem os custos de logística, custa, em média, R$ 35.000,00 por máquina. Devido à aplicação da norma técnica, os nossos equipamentos tem ficado mais caros, e menos produtivos. Algumas empresas preferem trocar as máquinas por produtos que atendam a Norma. Sempre que estivermos adquirindo novas máquinas, devemos solicitar ao fabricante uma declaração de que o produto atende todos os requisitos da norma NR-12.

ADAPTAÇÕES

As indústrias precisam se adaptar a NR-12.
Entre os itens principais, podemos citar:

- profissionais capacitados, por exemplo, engenheiros, para avaliar os riscos;
- empresas para instalação de componentes de segurança;
- equipe de manutenção para manter as máquinas em pleno funcionamento;
- equipe interna para propor melhorias;
- pinturas no chão, definindo corredores e áreas de estoques de peças que aguardam novas operações;
- comprometimento dos colaboradores e treinamento da equipe;
- necessidade de altos investimentos para as instalações.

DOCUMENTACIÓN

El problema de las industrias es que los equipos antiguos no están totalmente adaptados, con las protecciones necesarias. Los manuales de las máquinas deben estar en el idioma portugués (Brasil), además de tener información clara y objetiva, traer procedimientos de utilización de la máquina con seguridad, con puntos de mantenimiento, lubricación y tiempos de revisiones, con cambios de las piezas, tal como en nuestros vehículos.

Según la NR-12, el empleador debe mantener el inventario de las máquinas actualizado con las debidas identificaciones y con la ubicación en planta baja (layout) con identificación por tipo, capacidad y sistemas de seguridad.

La empresa deberá contratar servicios especializados para evaluar los riesgos de las máquinas y el tipo de protección necesaria y el área de alcance, eléctrica, electrónica, mecánica, neumática o hidráulica, además de emitir una ART (Anotación de Responsabilidad Técnica) en el CREA (Consejo Regional de Ingeniería y Arquitectura).

Se está realizando la fiscalización a través de los fiscales del Ministerio de Trabajo.

Las adecuaciones en máquinas antiguas varían mucho, pero un cuidado sofisticado con protecciones mecánicas, eléctricas, sensores, cortina de luz, sin los costos de logística, cuesta, en promedio, R$ 35.000,00 por máquina. Debido a la aplicación de la norma técnica, nuestros equipos vienen poniéndose más caros y menos productivos. Algunas empresas prefieren cambiar las máquinas por productos que respeten la Norma. Siempre que adquiramos nuevas máquinas, debemos solicitarle al fabricante una declaración de que el producto cumple con los requisitos de la norma NR-12.

ADAPTACIONES

Las industrias necesitan adaptarse a la NR-12.
Entre los ítems principales, podemos mencionar:

- *profesionales capacitados (por ejemplo, ingenieros) para evaluar los riesgos;*
- *empresas para instalación de componentes de seguridad;*
- *equipo de mantenimiento para que las máquinas estén en pleno funcionamiento;*
- *Equipo interno para proponer mejoras;*
- *pinturas en el piso, definiendo pasillos y áreas de stocks de piezas que esperan por nuevas operaciones;*
- *comprometimiento de los empleados y capacitación del equipo;*
- *necesidad de altas inversiones para las instalaciones.*

OBJETIVOS DA NR-12 NAS INDÚSTRIAS

A) ELIMINAR AS CAUSAS DE ACIDENTES

Temos nas empresas moveleiras equipamentos de alto índice de acidentes, como as tupias e as serras circulares. É muito comum encontrarmos profissionais com lesões e falta de membros, principalmente os dedos. Para eliminarmos as causas destes acidentes devemos descobrir como eliminar a possibilidade dos operadores tocarem as peças móveis das máquinas, como as fresas, serras, correias e volantes, sem prejudicar a produtividade. É recomendado sempre proteções que possibilitem o colaborador ver a operação como a utilização do policarbonato.

B) MINIMIZAR A GRAVIDADE DOS ACIDENTES

Quando não há a possibilidade de eliminar, a solução é minimizar a gravidade como, por exemplo, equipamentos com paradas instantâneas ao abrir uma porta.

C) MELHORAR A SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA DO TRABALHADOR

Este item abre uma linha para ideias, principalmente sugestões dos operadores. O que podemos fazer para que o colaborador possa produzir sem dificuldades? Por exemplo, é necessário que o operador de lixação fique em pé o período todo de trabalho? O operador tem mesmo que levantar este peso? Existem mesas elevatórias para esta operação?

As máquinas devem ser projetadas atendendo as características antropométricas dos operadores.

ARRANJO FÍSICO E INSTALAÇÕES

Nos locais de instalação de máquinas e equipamentos, as áreas de circulação devem ser devidamente demarcadas e em conformidade com as normas técnicas oficiais. As vias principais de circulação nos locais de trabalho e as que conduzem às saídas devem ter, no mínimo, 1,20 m de largura. As áreas de circulação devem ser mantidas permanentemente desobstruídas. Os materiais em utilização no processo produtivo devem ser alocados em áreas especificas de armazenamento, devidamente demarcadas com faixas ou sinalizadas, quando se tratar de áreas externas. Os espaços ao redor das máquinas e equipamentos devem ser adequados.

PROGRAMA DE GESTÃO DE SEGURANÇA

Com a adoção dos procedimentos da NR-12, haverá uma nova mentalidade nas indústrias, com a criação de um programa de gestão de segurança, que deve contemplar as seguintes etapas: Conhecimento, Responsabilidade e Comprometimento.

OBJETIVO DE LA NR-12 EN LAS INDUSTRIAS

A) ELIMINAR LAS CAUSAS DE ACCIDENTES

Tenemos en las empresas de muebles equipos de alto índice de accidentes, como las rebajadoras y las sierras circulares. Es muy común que encontremos a profesionales con lesiones y falta de miembros, principalmente dedos. Para que eliminemos las causas de estos accidentes, debemos descubrir cómo eliminar la posibilidad de que los operadores cambien las piezas móviles de las máquinas, como las fresadoras, sierras, cadenas y volantes sin perjudicar la productividad. Se recomiendan siempre protecciones que permitan que el trabajador vea la operación como la utilización del policarbonato.

B) MINIMIZAR LA GRAVEDAD DE LOS ACCIDENTES

Cuando no hay posibilidad de eliminar, la solución es minimizar la gravedad, como, por ejemplo, equipos con interrupciones instantáneas al abrir una puerta.

C) MEJORAR LA SALUD Y CALIDAD DE VIDA DEL TRABAJADOR

Este ítem abre una línea para ideas, principalmente sugerencias de los operadores. ¿Qué podemos hacer para que el colaborador pueda producir sin dificultades? Por ejemplo, ¿Es necesario que el operador de lijado quede parado durante toda su jornada laboral? ¿El operador de hecho debe levantar ese peso? ¿Existen mesas elevadoras para esa operación?

Las máquinas deben estar proyectadas respetando las características antropométricas de los operadores.

ARREGLO FÍSICO E INSTALACIONES

En los locales de instalación de máquinas y equipos, las áreas de circulación deben estar debidamente demarcadas y en conformidad con las normas técnicas oficiales. Las vías principales de circulación en los locales de trabajo y las que conducen a las salidas deben tener, por lo menos, 1,20 m de ancho. Las áreas de circulación deben estar permanentemente desobstruidas. Los materiales en utilización en el proceso productivo deben estar dispuestos en áreas específicas de almacenamiento, debidamente demarcados con bandas o señalizadas cuando se tratan de áreas externas. Los espacios alrededor de las máquinas y equipos deben ser adecuados.

PROGRAMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD

Con la adopción de los procedimientos de la NR-12, habrá una nueva mentalidad en las industrias con la creación de un programa de gestión de seguridad, el cual debe incluir las siguientes etapas: Conocimiento, Responsabilidad y Comprometimiento.

CONHECIMENTO

Não temos o histórico de nossos equipamentos e não temos o hábito de verificar os manuais de utilização e pontos de manutenção. Quando estamos diante de equipamentos importados, os manuais, de acordo com a NR-12, devem ser bem traduzidos e entendidos pelo operador.

RESPONSABILIDADE

A responsabilidade abrange todos os colaboradores da empresa, desde os colaboradores do chão de fábrica até a diretoria. Diariamente deve-se fazer um check list para testar os dispositivos e qualquer alteração nos equipamentos deve ser documentada.

COMPROMETIMENTO

O comprometimento pela segurança das máquinas envolve todos os colaboradores, por exemplo, o operador deve seguir diariamente os procedimentos descritos, checando cada dispositivo de segurança, antes de iniciar suas atividades. Caso algo não esteja adequado, há o direito de recusa, informando o problema ao setor de manutenção. As empresas vem implantar a manutenção preventiva e corretiva.

ETAPAS PARA ATENDIMENTO DA NR-12

- Conhecer a Norma NR-12;
- Realizar a analise de risco (profissional especializado);
- Memorial Descritivo de cada equipamento;
- Cronograma de execução das instalações dos equipamentos de segurança;
- Definição das soluções (requer a motivação de todos, para alternativas de soluções; geralmente as boas ideias são simples e criativas, sugeridas pelo operador).

MANUTENÇÃO

As manutenções preventivas e corretivas devem ser registradas em livro próprio, ficha ou sistema informatizado, com os seguintes dados:

a) cronograma de manutenção;

b) intervenções realizadas;

c) data da realização de cada intervenção;

d) serviço realizado;

e) peças reparadas ou substituídas;

f) condições de segurança do equipamento;

g) indicação conclusiva quanto às condições de segurança da máquina;

h) nome do responsável pela execução das intervenções.

O registro das manutenções deve ficar disponível aos trabalhadores.

CONOCIMIENTO

No tenemos el histórico de nuestros equipos, tampoco tenemos la costumbre de verificar los manuales de utilización y puntos de mantenimiento. Cuando estamos ante los equipos importados, los manuales, según la NR-12, deben estar traducidos para que el operador los entienda.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad incluye a todos los empleados de la empresa, desde los trabajadores del piso de producción hasta la dirección. Diariamente se debe hacer un check list para probar los dispositivos y se debe documentar cualquier alteración en los equipos.

COMPROMETIMIENTO

El comprometimiento por la seguridad de las máquinas incluye a todos los trabajadores; por ejemplo: el operador debe seguir diariamente los procedimientos descriptos, chequeando cada dispositivo de seguridad antes de iniciar sus actividades. En el caso de que algo no esté adecuado, hay el derecho de rechazo, por lo que se debe informar el problema al sector de mantenimiento. Las empresas vienen a implantar el mantenimiento preventivo y correctivo.

ETAPAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA NR-12

- *Conocer la Norma NR-12;*
- *Realizar el análisis del riesgo (profesional especializado);*
- *Memorial Descriptivo de cada equipo;*
- *Cronograma de ejecución de las instalaciones de los equipos de seguridad;*
- *Definición de las soluciones (requiere la motivación de todos para alternativas de soluciones; generalmente, las buenas ideas son sencillas, creativas y se las sugieren los operadores);*

MANTENIMIENTO

Se deben registrar los mantenimientos preventivos y correctivos en libro propio, ficha o sistema informatizado, e debe presentar los siguientes datos:

a) cronograma de mantenimiento;

b) intervenciones realizadas;

c) fecha de la realización de cada intervención;

d) servicio realizado;

e) piezas reparadas o sustituidas;

f) condiciones de seguridad del equipo;

g) indicación conclusiva con relación a las condiciones de seguridad de la máquina;

h) nombre del responsable por la ejecución de las intervenciones.

El registro de los mantenimientos debe estar disponible para los trabajadores.

MEDIDAS DE SEGURANÇA EXIGIDAS

- Proteções Fixas (exemplo: grades em partes móveis);
- Proteções móveis (exemplo: portas intertravadas ao abri-la para a máquina);
- Calço de segurança com intertravamento: ao abrir a porta, a máquina para instantaneamente. Há prensas no Brasil, já proibidas no exterior, que mesmo sem energia, completam o ciclo e atingem o operador;
- Botões de emergência: devem existir e estarem visíveis; estes botões devem estar em posições que evitem o acionamento acidental;
- Botões bimanuais: permitem o funcionamento do equipamento com os dois botões acionados simultaneamente, ficando assim o operador com as mãos ocupadas;
- Válvula de segurança com acionamento de freio/embreagem;
- Cortina de luz;
- Redes de segurança. (exemplo: contadores que desligam eletromagneticamente). Chaves tipo facão param de funcionar se faltar energia, porém, ao retornar, ligam a máquina novamente;
- Toda parte móvel da máquina deve estar protegida;
- Aterramento elétrico de todas as máquinas;
- Calço para retenção mecânica, que evita o fechamento;
- Grade de passagem apenas da chapa. (exemplo: grade com uma passagem apenas da chapa MDF, na serra circular).

MEDIDAS DE SEGURIDAD EXIGIDAS

- *Protecciones Fijas (ejemplo: rejas en partes móviles);*
- *Protecciones móviles (ejemplo: puertas intertrabadas al abrirla para la máquina);*
- *Cuña de seguridad con traba; al abrir la puerta, la máquina se detiene instantáneamente. Hay prensas en Brasil ya prohibidas en el exterior que, incluso sin energía, completan el ciclo y afectan al operador;*
- *Botones de emergencia: deben existir y estar visibles; estos botones deben estar en posiciones que eviten el accionamiento accidental;*
- *Botones bimanuales: permiten el funcionamiento del equipo con los dos botones accionados simultáneamente, manteniendo las manos del operador ocupadas;*
- *Válvula de seguridad con accionamiento de freno/embrague;*
- *Cortina de luz;*
- *Redes de seguridad. (ejemplo: contadores que se apagan electromagnéticamente). Llaves tipo cuchillo dejan de funcionar con la falta de energía eléctrica, pero, al retornar, vuelven a encender la máquina;*
- *Toda parte móvil de la máquina debe estar protegida;*
- *Puesta a tierra de todas las máquinas;*
- *Cuña para retención mecánica, que evita el cierre;*
- *Reja de paso solo de la chapa. (ejemplo: reja con un pasaje solo de la chapa MDF, en la sierra circular).*

PADRÃO DE CORES

Amarelo: Grades de segurança.
Laranja: Partes móveis.

CONCLUSÃO

As empresas moveleiras devem se ajustar, com critérios, buscando sempre soluções caseiras e com o mínimo investimento, pois neste momento aparecem sempre consultores, os "donos da verdade", com elevados custos.

Cada empresário conhece muito bem suas máquinas e os riscos que cada uma oferece. Incentivar as boas ideias vindas de colaboradores é uma alternativa eficiente. A recomendação é usar todas as proteções possíveis, com a máxima tecnologia, dentro da realidade financeira de cada indústria.

Deve-se documentar a empresa, com descrição de cada equipamento, layout e procedimentos de operação e manutenção, além de mantê-los atualizados e de fácil acesso aos colaboradores.

A grande dificuldade será sempre com as máquinas antigas e sem documentação. Ao comprar novos equipamentos, exija sempre uma Declaração de que o fabricante atende a NR-12.

INTEGRA DA NR-12 NO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO: PORTAL.MTE.GOV.BR

ARQUIVO PDF: BIT.LY/URVQMZ

* EMPRESAS QUE PODEM ATENDER ASSOCIADOS COM OS REQUISITOS DA NR-12:

WWW.AUTOMASAFETY.COM.BR
WWW.SCLENGENHARIA.COM.BR
WWW.MGA.ENG.BR
WWW.ASTB.COM.BR
WWW.TUVBRASIL.COM.BR
WWW.DALMAQ.COM.BR
WWW.MARJOSDOBRASIL.COM.BR

ESTÁNDARES DE COLORES

Amarillo: Rejas de seguridad.
Naranja: Partes móviles.

CONCLUSIÓN

Las empresas de muebles deben ajustarse con criterios, buscando siempre soluciones caseras y con mínima inversión, pues, en ese momento, siempre surgen consultores, los "dueños de la verdad", con elevados costos.

Cada empresario conoce bien sus máquinas y los riesgos que cada una ofrece. Incentivar las buenas ideas de empleados es una alternativa eficiente. La recomendación es usar todas las protecciones posibles, con la máxima tecnología, dentro de la realidad financiera de cada industria.

Se debe documentar a la empresa, con descripción de cada equipo, layout y procedimientos de operación y mantenimiento, además de mantenerlos actualizados y de fácil acceso para los trabajadores.

La gran dificultad siempre será con las máquinas antiguas y sin documentación. Al comprar nuevos equipos, exija siempre una Declaración de que el fabricante cumple con la NR-12.

Íntegra de la NR-12 en el Ministerio de Trabajo y Empleo: portal.mte.gov.br

Archivo PDF: bit.ly/UrVQmz

** Empresas que pueden atender a asociados con los requisitos de la NR-12:*

www.automasafety.com.br
www.sclengenharia.com.br
www.mga.eng.br
www.astb.com.br
www.tuvbrasil.com.br
www.dalmaq.com.br

*MARCO GOMES É FUNDADOR E DIRETOR DE INOVAÇÃO DA BOO-BOX (WWW.BOO-BOX.COM).

**Marco Gomes es fundador y Director de Innovación de boo-box (www.boo-box.com).*

MUDANÇAS NO FACEBOOK TRAZEM ONDA DE CRESCIMENTO PARA OS BLOGS

CAMBIOS EN EL FACEBOOK TRAEN OLA DE CRECIMIENTO PARA LOS BLOGS

POR MARCO GOMES

HÁ ALGUM TEMPO QUE O FACEBOOK FAZ MUDANÇAS POLÍTICAS PARA AUMENTAR A RENTABILIDADE DA REDE SOCIAL, DIMINUINDO CADA VEZ MAIS O ALCANCE ORGÂNICO DAS FANPAGES. NAS ÚLTIMAS SEMANAS, PUBLISHERS E DONOS DE PÁGINAS NA REDE PERCEBERAM UMA GRANDE QUEDA NO ALCANCE DE SEUS POSTS. ISSO PORQUE FOI ANUNCIADO QUE O FACEBOOK IRIA TOMAR ALGUMAS MEDIDAS PARA DIMINUIR A AÇÃO DE SPAMMERS DE CONTEÚDO. E FOI O QUE ACONTECEU: SEGUNDO ESTIMATIVAS INDEPENDENTES, AS PUBLICAÇÕES ORGÂNICAS ALCANÇAM, AGORA, APENAS 1% DO PÚBLICO TOTAL DAS PÁGINAS, E AS MAIS AFETADAS SÃO AS FANPAGES DE MARCAS E CONTEÚDO.

YA HACE ALGÚN TIEMPO QUE EL FACEBOOK HACE CAMBIOS POLÍTICOS PARA AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA RED SOCIAL, REDUCIENDO CADA VEZ MÁS EL ALCANCE ORGÁNICO DE LAS FANPAGES. EN LAS ÚLTIMAS SEMANAS, PUBLISHERS Y DUEÑOS DE PÁGINAS EN LA RED OBSERVARON UNA GRAN CAÍDA EN EL ALCANCE DE SUS PUBLICACIONES. ESO PORQUE SE ANUNCIÓ QUE EL FACEBOOK TOMARÍA ALGUNAS MEDIDAS PARA DISMINUIR LA ACCIÓN DE SPAMMERS DE CONTENIDO. Y FUE LO QUE SUCEDIÓ: SEGUNDO ESTIMATIVAS INDEPENDIENTES, LAS PUBLICACIONES ORGÁNICAS ALCANZAN, AHORA, SOLO EL 1% DEL PÚBLICO TOTAL DE LAS PÁGINAS, Y LAS MÁS AFECTADAS SON LAS FANPAGES DE MARCAS Y CONTENIDO.

Nos últimos três ou quatro anos, muitos blogs migraram sua interatividade para as Fanpages, ou já nasceram no Facebook, como a página Eu Me Chamo Antônio, que virou livro. Isso porque a plataforma, com a promessa de vantagem em relação aos perfis, anunciou que as marcas deveriam criar suas próprias Fanpages, que possuíam a mesma relevância que os perfis. Mas, hoje isso mudou.

As marcas podem investir em suas páginas, como sempre fizeram, mas os criadores de conteúdo e formadores de opinião desde sempre ganham com a audiência gerada. Hoje é visível uma subversão do sistema padrão, que já não permitia que o proprietário da Fanpage lucrasse com a audiência e, agora, com as mudanças, não permite mais que os próprios fãs sejam impactados de forma orgânica. Na internet, quem não é cliente, é produto.

Com o conteúdo perdendo alcance orgânico no Facebook, existe uma migração natural da audiência de volta para os blogs e sites independentes. Os publishers começam a buscar novas maneiras de relacionamento com os leitores em que o investimento financeiro não é necessário. Agora, em conjunto com o já tradicional SEO (Search Enginee Optimization) para gerar audiência, é utilizado a otimização social (social optimization), ou seja, a produção de conteúdo, tendo como seeding inicial as redes sociais através de perfis pessoais, menos afetados pela mudança de alcance orgânico no Facebook, que auxiliam a disseminação da publicação, aumentando ainda mais o número de leitores e a audiência em seus blogs.

En los últimos tres o cuatro años, muchos blogs migraron su interactividad para las Fanpages, o ya nacieron en el Facebook, como la página Eu Me Chamo Antônio,que se convirtió en libro. Eso porque la plataforma, con la promesa de traer ventaja con relación a los perfiles, anunció que las marcas deberían crear sus propias Fanpages que tenían la misma relevancia que los perfiles. Pero, hoy eso cambió.

Las marcas pueden invertir en sus páginas, como siempre lo hicieron, pero, los creadores de contenido y formadores de opinión desde siempre ganan con la audiencia generada. Actualmente, es visible una subversión del sistema estándar, que ya no permitía que el propietario de la Fanpage lucrara con la audiencia y ahora, con los cambios, ya no permite que los propios fans sufran el impacto de forma orgánica. En Internet, quien no es cliente, es producto.

Con el contenido perdiendo alcance orgánico en el Facebook, existe una migración natural de la audiencia de regreso a los blogs y páginas independientes. Los publishers comenzaron a buscar nuevos modos de relación con los lectores para los cuales la inversión financiera es desnecesaria. Ahora, en conjunto con el ya tradicional SEO (Search Enginee Optimization) para generar audiencia, se utiliza la optimización social (social optimization), o sea, la producción de contenido, teniendo como seeding inicial las redes sociales a través de perfiles personales, menos afectados por el cambio de alcance orgánico en el Facebook, que auxilian la diseminación de la publicación, aumentando aún más el número de lectores y la audiencia en sus blogs.

Blogs como Upworthy, Buzzfeed, e os brasileiros Tudo Interessante, Comunicadores e Tenho Mais Discos Que Amigos, estão voltando ao início, divulgando suas publicações através de sua audiência e atraindo mais visitantes para o próprio blog. Desta forma, quando alguém clicar no conteúdo compartilhado pelos leitores das páginas em seus perfis pessoais na rede social, que tem e vão continuar com a audiência orgânica, será direcionado para o blog, e não mais para a Fanpage, voltando a gerar maior tráfego ao site, onde o publisher tem a possibilidade de ter publicidade, e lucrar com isso. É um verdadeiro boca a boca social.

Através de blogs e sites independentes, além de informação relevante para os leitores, as marcas podem também atingir seu público alvo por meio de veiculação de mídia em sites de conteúdo independente, e a grande vantagem para o anunciante é a possibilidade de atingir apenas quem é importante para aquele anúncio, através do behavioral targeting. Além do que, se usuários compartilharem os links dos blogs em seus perfis no Facebook, estes vão ter mais relevância e engajamento do que posts de Fanpages.

Em 2014 os blogs, com otimização para redes sociais, voltam a ter a importância de canal de comunicação e interatividade entre Publisher e audiência, continuando como uma excelente opção de mídia para marcas e anunciantes.

Blogs como Upworthy, Buzzfeed, y los brasileños Tudo Interessante, Comunicadores y Tenho Mais Discos Que Amigos, están volviendo al inicio, divulgando sus publicaciones a través de su audiencia y atrayendo a más visitantes al propio blog. De este modo, cuando alguien hace clic en el contenido compartido por los lectores de las páginas en sus perfiles personales en la red social, que tiene y van a seguir con la audiencia orgánica, se lo encaminará al blog, ya no a la Fanpage, volviendo a generar más visitación en la página, donde el publisher tiene la posibilidad de tener publicidad y lucrar con eso. Es un verdadero de boca en boca social.

A través de blogs y páginas independientes, además de información relevante para los lectores, las marcas también pueden alcanzar a su público objetivo por medio de difusión de medios en páginas de contenido independiente, y la gran ventaja para el anunciante es la posibilidad de alcanzar a solo quien es importante para aquel anuncio, a través del behavioral targeting. Además de que, si los usuarios comparten los enlaces de los blogs en sus perfiles en el Facebook, estos van a tener más relevancia y participación que publicaciones de Fanpages.

En 2014, los blogs, con optimización para redes sociales, volvieron a tener importancia de canal de comunicación e interactividad entre Publisher y audiencia, siguiendo como una excelente opción de medio para marcas y anunciantes.

www.canal6editora.com.br

CONCEPT ART

Milton Koji Nakata e José Carlos Plácido da Silva, professores do curso de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp de Bauru (SP), lançam o terceiro livro da Coleção 'Desenho para Design: Concept Art para design - criação visual de objetos e personagens', da Editora Canal 6. A obra foca a definição de Concept Art, o entendimento equivocado quando traduzido como arte conceitual e, principalmente, a inserção do design na área, além da apresentação da galeria de trabalhos executados por alunos e profissionais da área de Design.

CONCEPT ART

Milton Koji Nakata y José Carlos Plácido da Silva, profesores del curso de Diseño en la Facultad de Arquitectura, Artes y Comunicación (FAAC) de la Unesp de Bauru (SP), lanzan el tercer libro de la Colección 'Diseño para Design: Concept Art para design - creación visual de objetos y personajes', de la Editorial Canal 6. La obra se enfoca en la definición de Concept Art, el entendimiento equivocado cuando se lo traduce como arte conceptual y, principalmente, la inserción del diseño en el área, además de la presentación de la galería de trabajos ejecutados por alumnos y profesionales del área de Diseño.

www.integrareeditora.com.br

FAMÍLIA

Estatisticamente, apenas 15% das famílias empresárias conseguem passar o patrimônio para a terceira geração. A razão predominante são os conflitos familiares que, em geral, não são resolvidos adequadamente. Em 'Empresa Familiar – Construindo equipes vencedoras na família empresária', Eduardo Najjar apresenta teoria e prática para resolver e prevenir problemas em empresas familiares. Utilizando exemplos típicos e reais, o autor demonstra que bastam organização, determinação, código de conduta e uma dose de flexibilidade para a empresa familiar superar os conflitos e problemas com tranquilidade e permanecer unida em torno do mais importante: os laços familiares.

FAMILIA

Estadísticamente, solo el 15% de las familias empresarias logran pasar el patrimonio a la tercera generación. La razón predominante son los conflictos familiares que, por lo general, no se los solucionan adecuadamente. En 'Empresa Familiar – Construindo equipes vencedoras na família empresária', Eduardo Najjar presenta teoría y práctica para solucionar problemas en empresas familiares. Utilizando ejemplos típicos y reales, el autor demuestra que es suficiente tener organización, determinación, código de conducta y una dosis de flexibilidad para que la empresa familiar supere los conflictos y problemas con tranquilidad y siga unida alrededor de lo más importante: los lazos familiares.

SETOR MOVELEIRO CARECE DE PEÇAS ADAPTADAS PARA PORTADORES DE DEFICIÊNCIA INTELECTUAL

Diversos fatores podem influenciar na decoração e na funcionalidade dos móveis de uma casa, como idade, profissão, hobbies, clima e assim por diante. Nada mais natural que a personalização de ambientes voltada às necessidades de cada um. Porém, alguns segmentos parecem passar despercebidos. Como é o caso dos móveis para portadores de deficiência intelectual – pessoas que geralmente necessitam de acessórios e equipamentos para facilitar suas vidas, o que inclui também ambientes adaptados às suas necessidades, que estimulem a criatividade, promovam a interação e proporcionem maior autonomia.

O número de pessoas deficientes hoje no país cresce mais acentuadamente do que a população total, apresentando maior incidência de casos entre os maiores de 65 anos. De acordo com Relatório do Sistema de Inteligência Setorial (SIS) do Sebrae sobre Móveis de Madeira, quase um quarto da população brasileira possui algum tipo de deficiência visual, auditiva, motora ou intelectual. Dentre esses, a maioria - 35,4 milhões de pessoas - apresenta deficiência visual e a minoria - 2,67 milhões - sofre de deficiência intelectual.

Este universo de pessoas necessita de móveis apropriados, que facilitem a circulação e ofereçam maior autonomia aos Portadores de Necessidades Especiais (PNEs). Móveis lúdicos, com riqueza de formas e cores, por exemplo, tornam o ambiente mais bonito, confortável e estimulante. A maior carência desse segmento está na oferta de móveis como cadeiras, mesas e camas. Em certas ocasiões a adaptação da mobília é feita nas próprias instituições por pais ou marceneiros, demonstrando que o setor moveleiro não aproveita este nicho de mercado.

SECTOR MOBILIARIO CARECE DE PIEZAS ADAPTADAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL

Diversos factores pueden influir en la decoración y en la funcionalidad de los muebles de una casa, como edad, profesión, hobbies, clima, y así sucesivamente. Nada más natural que la personalización de ambientes pensada para las necesidades de cada uno. Pero, algunos segmentos parecen pasar desapercibidos. Como es el caso de los muebles para personas con discapacidad intelectual – que generalmente necesitan accesorios y equipos para facilitar sus vidas, lo que también incluye ambientes adaptados a sus necesidades, que estimulen la creatividad, promuevan la interacción y proporcionen más autonomía.

El número de personas discapacitadas hoy en el país crece más acentuadamente que el de población total, presentando mayor incidencia de casos entre los mayores de 65 años. Según Informe del Sistema de Inteligencia Sectorial (SIS) de Sebrae sobre Muebles de Madera, casi una cuarta parte de la población brasileña padece de algún tipo de deficiencia visual, auditiva, motora o intelectual. Entre estos, la mayoría – 35,4 millones de personas – presente discapacidad visual y la minoría – 2,67 millones – padece de discapacidad intelectual.

Este universo de persona necesita muebles apropiados, que faciliten la circulación y ofrezcan más autonomía a las Personas con Necesidades Especiales (PNEs). Muebles lúdicos, con riqueza de formas y colores, por ejemplo, hacen que el ambiente sea más lindo, cómodo y estimulante. La principal carencia de ese segmento está en la oferta de muebles como sillas, mesas y camas. El algunas ocasiones, la adaptación de los muebles se hace en las propias instituciones por país o ebanistas, demostrando que el sector mobiliario no aprovecha ese nicho de mercado.

FONTE: SEBRAE / SIS
SIS.SEBRAE-SC.COM.BR

E-COMMERCE É A APOSTA PARA AUMENTAR AS VENDAS DE MÓVEIS

Apesar de fazer parte da lista dos principais itens de desejo do consumidor brasileiro, a venda de móveis em 2013, se comparada a 2012, foi fraca – os gastos dos compradores representaram apenas 1,8% em produtos deste segmento. O relatório de fevereiro do Sistema de Inteligência Setorial (SIS) do Sebrae, aponta uma possível solução para esta variação negativa: investir em novos canais de varejo, a exemplo das lojas virtuais. Segundo dados da consultoria eBit, as compras por meio virtual em 2013 chegaram a R$ 28,8 bilhões, um aumento de 28% frente ao ano anterior. Conhecido como a plataforma ideal para fidelizar e conquistar clientes, o e-commerce atrai consumidores que se assemelham muito aos que frequentam as lojas físicas – a maioria dos compradores on-line e off-line pertencem à classe B. Como ponto negativo, a entrega dos produtos foi o fator que mais gerou insatisfação. Confira as dicas do SIS para o empresário que deseja investir no comércio on-line.

E-COMMERCE ES LA APUESTA PARA AUMENTAR LAS VENTAS DE MUEBLES

Aunque forme parte de la lista de los principales ítems de deseo del consumidor brasileño, la venta de muebles en 2013, si se la compara con 2012, fue débil – los gastos de los compradores representaron sólo el 1,8% en productos de este sector. El informe de febrero del Sistema de Inteligencia Sectorial (SIS) del Sebrae, indica una posible solución para esa variación negativa: invertir en nuevos canales de comercio minorista, a ejemplo de las tiendas virtuales. Según datos de la consultoría eBit, las compras por medio virtual en 2013 llegaron a R$ 28,8 mil millones, un aumento del 28% ante el año anterior. Conocido como la plataforma ideal para la fidelización y conquista de clientes, el e-commerce atrae a consumidores que se asemejan mucho a los que frecuentan las tiendas físicas – la mayoría de los compradores on-line y off-line forman parte de la clase B. Como punto negativo, la entrega de los productos fue el factor que más ha generado insatisfacción. Mire los consejos de SIS para el empresario que desea invertir en el comercio on-line.

Fatores que o e-consumidor valoriza na compra on-line, segundo o relatório do SIS:

- Preço x Pesquisa - A internet sempre oferece ofertas mais interessantes. Esteja atento aos concorrentes e o que eles estão possibilitando ao cliente;
- Comodidade - O cliente não precisa sair de casa para escolher o que quer comprar;
- Facilidade e vantagens - Diferentes formas de pagamento e parcelamento devem ser disponibilizadas. A maior parte dos e-consumidores (83%) opta por lojas virtuais que disponibilizam frete gratuito e a entrega em hora marcada;
- Rapidez de operação - A loja virtual deve oferecer usabilidade, ou seja, fazer com que o processo de compra seja rápido, para que não haja desistência por parte do e-consumidor;
- Segurança - Garantia que os dados do e-consumidor serão confidenciais, adoção de selos como Site Blindado, PayPal, ou outros;
- Disponibilidade imediata do produto - Prepare seu estoque para um novo tipo de comércio e cliente, o 24 X 7 (24 horas, 7 dias por semana);
- Marketing Digital - Invista para que seu consumidor saiba que seu negócio está no mundo virtual. Mas seja cauteloso e esteja atento para não se tornar invasivo.

Outras recomendações fundamentais sugeridas pelo Sebrae para quem quer ingressar neste mercado são: entender a fundo o perfil de seus clientes (localização geográfica, faixa etária e situação econômica), analisar perfil da clientela atendida para planejar ações de marketing adequadas e estratégias comerciais.

Factores que el e-consumidor valora en la compra on-line, según el informe del SIS:

- *Precio x Estudio - La Internet siempre ofrece ofertas más interesantes. Esté atento a la competencia y qué ellos están ofreciendo a los clientes;*
- *Comodidad - El cliente no necesita salir de casa para elegir qué quiere comprar;*
- *Facilidad y ventajas - Se deben ofrecer diferentes medios de pago y pago en cutas. Gran parte de los e-consumidores (83%) opta por tiendas virtuales que ofrezcan flete gratuito y la entrega en hora programada;*
- *Rapidez de operación - La tienda virtual debe ofrecer usabilidad, o sea, hacer que el proceso de compra sea rápido para que el e-consumidor no desista de la compra;*
- *Seguridad - Garantice que los datos del e-consumidor sean confidenciales, para ello, adopte sellos como el de Site Blindado, PayPal, u otros;*
- *Disponibilidad inmediata del producto - Prepare su stock para un nuevo tipo de comercio y cliente, el 24 x 7 (24 HORAS, 7 días por semana);*
- *Marketing Digital - Invierta para que su consumidor sepa que su negocio está en el mundo virtual. Pero, sea cauteloso y esté atento para no ponerse evasivo.*

Otras recomendaciones fundamentales sugeridas por el Sebrae para los que quieren ingresar a ese mercado son: entender profundamente el perfil de sus clientes (ubicación geográfica, rango de edad y situación económica), evaluar el perfil de los clientes atendidos para planificar acciones de marketing adecuadas y estrategias comerciales.

SIS.SEBRAE-SC.COM.BR

CONSUMO DOS BRASILEIROS

Em 2014, o consumo dos brasileiros irá registrar R$ 3,262 trilhões (três trilhões, duzentos e sessenta e dois bilhões de reais), apresentando um crescimento de R$ 261 bilhões (cerca de 8% nominais) quando comparado com o IPC Maps 2013 (cerca de R$ 3,001 trilhão). Em termos reais, os cálculos do IPC Maps 2014 mostram que as despesas das famílias crescerão acima do PIB, equivalente a 62,6% do PIB, enquanto o aumento populacional previsto é da ordem de 0,83%. O estudo foi feito com base em dados secundários, atualizados e pesquisados através de fontes oficiais de informação, utilizando metodologia própria e já considera as novas estimativas populacionais divulgadas em 2013.

Esta perspectiva mostra significativa expansão na potencialidade de consumo entre os brasileiros, redefinindo o extrato das classes sociais. Em parte, essa evidência resulta da escalada ascendente no comportamento migratório de consumo nos últimos anos, oferecendo contornos visíveis da evolução entre as classes alta (A), média (B), e emergente (C), reduzindo a de baixa renda (D/E). Já se nota que a classe média absorve mais da metade de tudo que é consumido no País, ainda que a emergente detenha maior no número de domicílios. O crescimento do Norte e Nordeste se mantém contínuo, retirando participação do Sudeste – ainda líder no cenário nacional –, com o Centro-Oeste e o Sul pontuando suas presenças no consumo brasileiro. O fenômeno da interiorização do consumo volta a se repetir, superando a participação das Capitais no bolo da economia. E, há destaque para as classes economicamente ativas – dos 18 aos 59 anos – e dos idosos de 60 ou mais. Os dados são da IPC Marketing Editora, especializada no cálculo de índices de potencial de consumo, ao concluir o estudo IPC Maps 2014, indicador da potencialidade de consumo nacional, com detalhamento de dados para cada um dos 5.570 municípios.

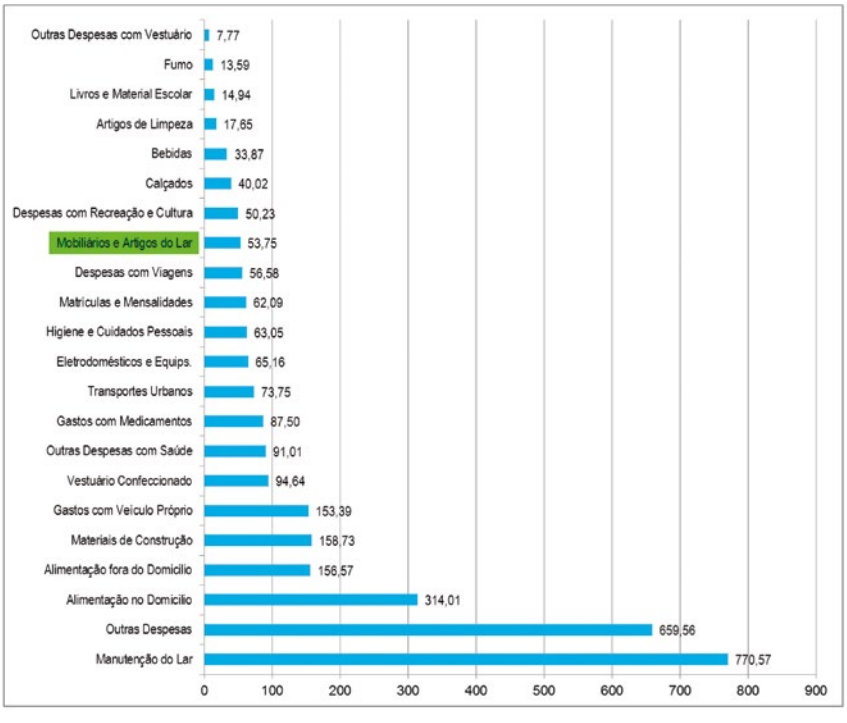
CONSUMO DE LOS BRASILEÑOS

En 2014, el consumo de los brasileños registrará R$ 3,262 billones (tres billones, doscientos sesenta y dos mil millones de reales), presentando un crecimiento de R$ 261 mil millones (cerca del 8% nominales) cuando comparado al IPC Maps 2013 (cerca de R$ 3,001 trillón). En términos reales, los cálculos del IPC Maps 2014 indican que los gastos de las familias crecerán más que el PIB, equivalente al 62,6% del PIB, mientras que el aumento poblacional previsto del orden de 0,83%. Se ha realizado el estudio basándose en datos secundarios, actualizados e investigados a través de fuentes oficiales de información, utilizando metodología propia y ya consideradas las nuevas estimativas poblacionales divulgadas en 2013.

Esta perspectiva indica significativa expansión en la potencialidad de consumo entre los brasileños, redefiniendo el extracto de las clases sociales. En parte, esa evidencia resulta de la escalada ascendiente en el comportamiento migratorio de consumo en los últimos años, ofreciendo contornos visibles de la evolución entre las clases alta (A), media (B) y emergente (C), reduciendo la de bajos ingresos (D/E). Ya se observa que la clase media absorbe más de la mitad de todo lo que se consume en el País, aunque la emergente detenga mayor número de domicilios. El crecimiento del Norte y Nordeste se mantiene constante, sacando la participación del Sudeste – aún líder en el escenario nacional –, con el Centro-Oeste y el Sur puntuando sus presencias en el consumo brasileño. El fenómeno de la interiorización del consumo vuelve a repetirse, superando la participación de las Capitales en el conjunto de la economía. Y hay destaque para las clases económicamente activas – de los 18 a los 59 años – y de las personas mayores de 60 o más. Los datos son de IPC Marketing Editora, especializada en el cálculo de índices de potencial de consumo, al concluir el estudio IPC Maps 2014, indicador de la potencialidad de consumo nacional, con detalles de datos para cada uno de los 5.570 municipios.

COMO O BRASILEIRO GASTARÁ SEU $ EM 2014 (R$ BI)

CÓMO LOS BRASILEÑOS GASTARÁN SU $ EN 2014 (R$ MIL MI)



Fonte: IPC Marketing
www.ipcbr.com

IRIMAR

impulso

www.irimar.com.br/lojista . 47.3644-2599

LISTA DE ASSOCIADOS

LISTA DE ASOCIADOS

A

2A Cerâmica
+55 19-3581-3281
www.2aceramica.com.br

6F Decorações Exportação Imp. e Com. Ltda.
+55 11-4126-3600
www.6f.com.br

Abitare Home Ltda.
+55 27-3322-0189
www.abitarehome.com

Acervo Casa
+55 21-3325-0913
www.acervocasa.com.br

Ana Verona
+55 15-3264-1279
www.anaverona.com.br

Anjos do Brasil - D´Angelis
+55 45-3286-1177
www.anjos.ind.br

Antica Comércio de Objetos de Dec. Ltda.
+55 11-4586-1748
www.antica.com.br

Art Caixas Ltda.
+55 35-3261-2548
www.artcaixas.com.br

Art Home - Importação e Exportação Art Home Ltda.
+55 11-5523-5333
www.arthome.com.br

Art Image Indústria e Comércio Ltda.
+55 11-5521-0834
www.artimage.com.br

Art Quadro
+55 19-3842-2722
www.artquadro.com.br

Artesania Actual
+55 41-3649-1470
www.artesaniaactual.com.br

Artecouro Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 43-3274-5640
www.artecourosofas.com.br

Arte Nova Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 43-3325-4040
www.artenova.ind.br

Artisan - Crestof Ind. e Com. de Estofados Ltda.
+55 48-3438-4368
www.artisan.ind.br

Aspectto Design Ind. de Móveis Ltda.
+55 54-3452.7233
www.aspectto.com.br

Assad Abdalla Neto & Cia Ltda.
+55 11-3272-1033
www.abdallaimports.com.br

B

Barroca Almofadas - Barraco Chique Decorações Ltda.
+55 34-3236.4667
www.barrocaalmofadas.com.br

Bartelli Móveis
+55 54-3268-0600
www.bartelli.com.br

Bell Arte Indústria de Estofados Ltda.
+55 47-3274-1600
www.bellarte.com.br

Bolis Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 49-3324-2457
www.bolis.com.br

Bonté Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 54-3293-3467
www.bonte.com.br

Brisa Móveis
+55 43-3253-3074
www.brisamoveis.com.br

BTC Decorações e Presentes Ltda.
+55 11-5660-2600
www.btcmail.com.br

Buchara Com. Imp. Exp. Ltda.
+55 19-3794-7102
www.buchara.com.br

Butzke Importação e Exportação Ltda.
+55 47-3312-4000
www.butzke.com.br

By Art Design
+55 11-4723-8585
www.byartdesign.com.br

C

Cabbage Trees
+55 21-3416-6450
www.cabbage.com.br

Camacã Design em Madeira
+55 71-3377-1096
www.camacadesign.com

Carolina Haveroth Arte Cerâmica Ltda.
+55 47-3323-1099
www.carolinahaveroth.com.br

Cartago Ind. de Tapetes Ltda.
+55 19-3816-5009
www.cartago.com.br

Casalecchi Móveis Ltda.
+55 19-3651-4233
www.casalecchi.com.br

Century Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 44-3264-8550
www.centuryestofados.com.br

Cerâmica Artística Mazzotti Ltda. Epp
+55 19-3581-3962
www.ceramicamazzotti.com.br

CGS Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
+55 45-3264-1801
www.cgsmoveis.com.br

China Shopping Vacheron do Brasil Ltda.
+55 11-5666-7999
www.chinashopping.com.br

Cia das Fibras - Grão Lume Decorações Ltda.
+55 11-2305-7564
www.ciadasfibras.com.br

Cia das Folhas - All Leaves Com. Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-3831-0300
www.ciadasfolhas.com.br

Coisas do Brasil
+55 34-3318-2100
www.coisasdobrasil.ind.br

Conforflex Móveis Ltda.
+55 51-3712-1102
www.conforflex.com.br

Cores da Terra - Cerâmica e Ferro
+55 73-3537-2281
www.coresdaterra.com.br

Cristais di Murano - Originalle
+55 47-3327-0459
www.cristaisdimurano.com.br

Cristais São Marcos Ltda.
+55 35-3714-1892
www.cristaissaomarcos.com.br

Cristaleria San Carlos
+55 11-5031-8433
www.sancarlosdobrasil.com.br

D

D & D Internacional Decoração e Design
+55 83-3342-0817
www.dedinternacional.com.br

Daf Indústria Metalúrgica Ltda.
+55 54-3388-9510
www.moveisdaf.com.br

Dall Oglio Madeiras Ltda.
+55 45-3264-3035
www.dallmoveis.com.br

Deco Metal - Artefatos de Alumínio e Metal Ltda.
+55 43-3253-1267
www.decometal.com.br

Decorare Textil Ltda.
+55 83-3245-3344
www.decorareonline.com.br

Decoratto Interiori - TopDecor
+55 47-3035-2808
www.topdecor.ind.br

Decorville Ltda.
+55 51-2125-4700
www.decorville.com.br

Designan Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 41-3677-2320
www.designan.com.br

Doimo Brasil
+55 31-3626-9350
www.doimobrasil.com.br

Dona Flor Mobília Ind. e Com. de Móveis
+55 43-3251-4917
www.donaflormobilia.com.br

Du Nectar Tecnologia Textil
+55 11-3873-1499
www.dunectar.com.br

E

Elisê Móveis Ltda.
+55 54-3281-9012
www.elise.com.br

Elite Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 47-3373-0661
www.elitemoveis.ind.br

Elos Móveis e Estofados Ltda EPP
+55 54-3454-9917
www.elosestofados.com.br

Empório Tapetes Indústria e Comércio Ltda.
+55 48-3245-5010
www.emporiotapetes.com.br

Enele Indústria de Estofados Ltda.
+55 49-3344-8999
www.enele.com.br

Espaço Eduardo Moraes E.M Trading Móveis de Decor
+55 21-2716-5533
www.eduardomoraesimport.com.br

Essenza Design Indústria de Móveis Ltda.
+55 54-3233-1461
www.essenzadesign.com.br

Estobel Indústria de Estofados Ltda.
+55 54-2109-3000
www.estobel.com.br

Estofados Ferrari
+55 32-3539-4350
www.estofadosferrari.com.br

Estofados Germânia Ltda.
+55 54-3281-1299
www.germania.com.br

Estofados Jardim Ltda.
+55 47-2106-7599
www.estofadosjardim.com.br

Estofados Tironi Ltda.
+55 47-3370-4141
www.estofadostironi.com.br

Ethnix
+55 11-3313-4141
www.ethnix.com.br

F

Feeling Estofados Ltda.
+55 47-3376-1300
www.feelingestofados.com.br

Fibras Artes - Artes Primavera Móv. Ind. Com. Ltda.
+55 21-2676-3787
www.fibrasarte.com.br

Flexpelle Indústria de Estofados Ltda.
+55 44-3233-3124
www.flexpelle.com.br

Formanova Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 48-3286-0644
www.formanovamoveis.com.br

Formato Móveis
+55 11-3686-3119
www.formatomoveis.com.br

Formiline Móveis
+55 44-3268-1878
www.formlinemoveis.com.br

G

Galerie Estambul Ltda.
+55 31-3288-4020
www.estambultapetes.com.br

German Interiores
+55 61-3354-7979
www.german.com.br

Gold Line - Polo Design Ind. e Com. de M. Ltda.
+55 44-4001-3030
www.goldline.ind.br

Green House - Outdoor Importação e Exp. Ltda.
+55 19-3885-5051
www.greenhousemoveis.com.br

GS Móveis de Vime Ltda.
+55 41-3372-1216
www.gsmoveis.com.br

H

H.A. Rocha Decorações
+55 45-3037-1919
www.helainyrocha.com.br

Hariz Comércio de Tapetes Ltda.
+55 11-5053-7700 / 5051-3836
www.hariz.com.br

Helizart Ltda.
+55 31-3227-9613
www.helizart.com.br

Heringer Decorações
+55 62-3086-8700
www.silviahenringer.com.br

Herval Móveis e Colchões
+55 51-3564-8300
www.herval.com.br

Home & Garden Com. de Art. de Dec. Ltda. EPP
+55 11-3644-5283
www.homeegarden.com.br

I

Idea Tissot
+55 54-3421-4000
www.tissot.com.br

Indústrias Artefama SA
+55 47-3631-1200
www.artefama.com.br

COLEÇÃO HERVAL 2014.

evecom

EM PRIMEIRA EXIBIÇÃO NA SUA LOJA,
PARA VOCÊ FAZER GRANDES NEGÓCIOS.

O MUNDO FICA MELHOR SEM CFC

Espuma Herval:
ecologicamente correta,
respeitando a sua natureza.

Herval

www.moveisherval.com.br

I

Indústria de Móveis Ancezki Ltda.
+55 54-3453-3224
www.ancezki.com.br

Indústria de Móveis Cosmo Ltda.
+55 17-3426-8333
www.cosmo.ind.br

Indústria de Móveis Apolo
+55 32-3539-4322
www.moveisapolo.com.br

In Garden Móveis Exportação Ltda.
+55 51-3043-2442
www.ingarden.com.br

Italsofa Nordeste SA - Natuzzi Group
+55 11-6193-5987
www.italsofa.com

J

Jhovini Móveis
+55 54-3458-3105

Jowanel Ind. de Móveis Estofados Ltda.
+55 17-3421-7095
www.pollusmoveis.com.br

K

Kleiner Schein Móveis
+55 48-3623-3333
www.kleinerschein.com.br

L

La Casa Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 43-3336-4641
www.lacasadesign.com.br

Latin American Handcraft Com. e Dec. Ltda. - Attico
+55 11-5181-1574
www.atticodesign.com.br

Leôncio de Souza Queiroz Neto Lês Coussin
+55 19-3295-7437
www.lescoussins.com.br

Legacy Sofás Importação e Exportação
+55 19-3575-3066
www.legacysofas.com.br

Liberal e Marini - AM Liberal Decorações Ltda.
+55 21-3154-2324
www.liberalmarini.com

Lider Interiores
+55 37-3244-1309
www.liderinteriores.com.br

Lucatti Artes e Decorações Ltda.
+55 13-3313-1747 / 246
www.lucattiartes.com

M

Mannes Ltda.
+55 47-3373-9200
www.mannes.com.br

Maria Valentine Home Decoraçoes Ltda Me
+55 48-3245-8148 / 5010
www.mariavalentinedecor.com.br

Marizza Prado - Campo Verde Ind. e Com.
+55 17-3234-2188
www.marizzaprado.com.br

Marka Indústria e Comércio de Estof. Ltda.
+55 43-3336-1114
www.markaestofados.com.br

Melyana Comércio Ltda.
+55 21-2527-8020
www.melyana.com.br

Mempra Indústria de Móveis Ltda.
+55 43-3172-6600
www.mempra.com.br

Messy Plus Distribuidora e Importadora Ltda.
+55 11-3028-3300

Metal Nobre - JCV Palma e Cia Ltda.
+55 44-3262-6163
www.metalnobrepresentes.com.br

Minuano
+55 51-3552-2500
www.salvatoreminuano.com.br

Mobilier Decor
+55 48-4107-0994
www.mobilierdecor.com.br

Modali Design
+55 11-3661-2200
www.modali.com.br

Modali Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
+55 11-3826-0077
www.modali.com.br

Modulaque Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 44-3267-1331
www.modulaque.com.br

Mônaco Tapetes
+55 11-4144-9100
www.monacotapetes.com.br

Móveis Armil Ltda.
+55 54-3286-8270
www.moveisarmil.com.br

Móveis Cacique
+55 35-3531-1559
www.moveiscacique.com.br

Móveis Clement Ltda.
+55 47-3633-4800
www.moveisclement.com.br

Móveis e Design Sir Ltda.
+55 37-3331-4329
www.sirdesign.com.br

Móveis Irimar Indústria e Comércio Ltda.
+55 47-3644-2599
www.irimar.com.br

Móveis James Ltda.
+55 47-3631-0300
www.moveisjames.com.br

Móveis Rudnick S/A
+55 47-3631-1000
www.rudnick.com.br

Movelim Indústria Moveleira Ltda.
+55 43-3274-5500
www.movelim.com.br

Móveis Weihermann
+ 55 47-3631-5500
+ 55 47-3631-5504
www.moveisweihermann.com.br

Msul Ind. de Móveis Ltda.
+55 54-3477-2274
www.msulmoveis.com.br

N

New Way Com. Artigos Decorativos Ltda.
+55 32-3331-6914
www.hobnob.com.br

Nusa Dua Ltda EPP
+55 47-3367-5504
www.nusadua.com.br

O

Orbhes Espumas e Colchoes Ltda.
+ 55 47-3376-8400
www.orbhes.com.br

P

Parma Móveis Ltda.
+55 32-3539-2500
www.parmamoveis.com.br

Plano de Luz Comércio de Ilum. Ltda.
+55 41-3019-6809
www.planodeluz.com.br

Pollus Ind. e Com. De Móveis Ltda.
+55 17-3426-1234
www.pollusmoveis.com.br

Prataria Fernando Alves
+55 11-2093-7941 / 2294-0150
www.pratariaalves.com.br

Q

Quadrum e Arte Comercial Ltda.
+55 11-3222-7612
www.quadrumeart.com.br

R

Raffinato Móveis e Decorações Ltda.
+55 41-3297-1213
www.raffinato.com.br

Recliners Indústrial Ltda.
+55 19-3422-0752
www.recliners.com.br

Reginez
+55 34-3336-5795
www.reginez.com.br

Renar Móveis S/A
+55 49-3246-9500
www.renar.com.br

Ribeiro e Pavani Com. Imp. Exp. de Artigos
+55 11-3414-1000
www.ribeiroepavani.com.br

Rivatti Móveis Ltda.
+55 54-3028-6666
www.rivatti.com.br

Roncali Decor Móveis e Decorações Ltda.
+55 54-2521.7776
www.roncalidecor.com.br

S

Sandra Fuganti
+55 43-3327-6648
www.sandrafuganti.com.br

Sankonfort Colchões Ind. e Com. Ltda.
+55 11 2813-6161
www.sankonfort.com.br

Santa Mônica Ind. e Com. de Tapetes - Chronos
+55 11-3686-0255
www.smonica.com.br

Sarquis Samara Atelier de Escultura Ltda.
+55 43-3321-0186
www.sarquissamara.com.br

Scarazzato Ind. Com. de Molduras Ltda.
+55 43-3256-9560
www.scarazzato.com.br

Sier Móveis Ltda.
+55 32-3539-2100
www.siermoveis.com.br

Singh Comércio Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-4522-6735
www.singh.art.br

Spazzio Nobre - M. E. Gonçalves Indústria de Móveis Ltda.
+55 43-3274-8800
www.spazzionobre.com.br

Steel Forma Indústria e Comércio de Móveis e Decor
+55 43-3328-0335
www.steelforma.com.br

Studio Casa
+55 41-3649-1066
www.studiocasa.com.br

Style Brazil
+55 11-3931-5388
www.stylebrazil.com.br

Stylofino Indústria e Com. de Quadros Ltda.
+55 11-4443-2635
www.stylofino.com.br

Suka Stile Smaltato
+ 55 11-5041-4834 / 5042-0531
www.suka.com.br

SV Móveis e Decorações Ltda.
+55 54-3283-1630
www.svmoveis.com.br

T

Tafona Antiguidades Ltda.
+ 55 47-3343-1043
www.tafona.com.br

Tapetah Artigos para Decoração Ltda.
+55 11-2458-0121
www.tapetah.com.br

Tapetes São Carlos Ltda.
+55 16-3362-4000
www.tapetessaocarlos.com.br

Tapis Comércio e Confecções de Tapetes Ltda.
+55 11-3667-5548
www.tapetestapis.com.br

Tec Line Móveis
+55 54-2621-6886
www.teclinemoveis.com.br

Tessuti Estofados Imp. Exp. Ltda.
+55 44-3244-9028
www.tessutiestofados.com.br

Tok Glass Ind e Com de Cristais Ltda.
+55 51-3483-3700
www.tokglass.com.br

Trees&Co
+ 55 11-2738-0235
www.treesco.com.br

Tumar Ind. de Móveis Ltda.
+55 54-3463-8533
www.tumar.com.br

U

UNUE Marka Indústria e Comércio de Estofados
+55 43-3336-1114
www.markaestofados.com.br

Universum do Brasil Indústria Mov. Ltda.
+55 54-3293-1488
www.universum.com.br

Urban Imp. Comércio e Distribuição Ltda.
+55 11-3225-0049
www.urbanbrasil.com.br

V

Via Star Com. de Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-2225-9090
www.viastar.com.br

Vila Nobre Estofados Ltda.
+55 54-3211-3322
www.vilanobre.com.br

Vimeza Indústria de Móveis Ltda.
+55 54-3283-1622
www.vimeza.com.br

Voler Móveis Ltda.
+55 54-3293-3111
www.voler.com.br

W

Wharehouse Artes e Decorações Ltda.
+55 11-5524-0476
www.wharehouse.com.br

inGarden
VARANDA • PISCINA & JARDIM

reflete seu estilo...

linha
maraí

VISITE PARA SABER MAIS:
www.ingarden.com.br

19ª abimad

a arte de vender tendências

DATA: 03 A 06 DE FEVEREIRO DE 2015

HORÁRIO: 10H ÀS 19H

LOCAL: EXPO CENTER NORTE

WWW.ABIMAD.COM.BR

LOCAL EXPO CENTER NORTE
CENTRO DE EXPOSIÇÕES E CONVENÇÕES

REALIZAÇÃO abimad