HALL

ABIMAD

ALTA DECORAÇÃO EM REVISTA

ED 42
Mai 2015

Arezzo
by Rossini
Design e Conforto
para seu ambiente.

feeling
design&conforto
47 3376•9300 | www.feelingestofados.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

VERSÃO EM ESPANHOL: Traduzca.com

FOTOS: Beto Speeden / Hudson Cavalcanti
Arquivo ABIMAD / Divulgação

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

Versión en Español: Traduzca.com

Fotos: Beto Speeden / Hudson Cavalcanti
Arquivo ABIMAD / Divulgação

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

FOTO CAPA - HUDSON CAVALCANTI / ABIMAD

www.abimad.com.br

FSC www.fsc.org MISTO Papel produzido a partir de fontes responsáveis FSC® CXXXXXX
Ilustrativo

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

COORDENADOR DE EXPANSÃO
Coordinación de Expansión
Maurizio Sarcinella
maurizio@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
Joelma Silva
joelma@abimad.com.br

ASSESSORIA DE IMPRENSA
Asesoría de Prensa
Ricardo Mangold
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
Felipe Brigante
felipe@abimad.com.br
Marília Santana
marilia@abimad.com.br

nusa dua

PORCELANAS/FINECASA® LINHA NÁUTICA MÓVEIS & OBJETOS DE DECORAÇÃO MUNDO ANIMAL

+55 47 3367-5504
atendimento@nusadua.com.br
www.nusadua.com.br
Balneário Camboriú | Santa Catarina

CARTA DO PRESIDENTE
Carta del Presidente
08

HALL DE ENTRADA
Recibidor
10 DNA Móveis: a solução completa do litoral paulista
DNA Móveis: la solución completa del litoral paulista

DE ESTILO E OLHAR
De Estilo y Mirada
16 Hisako Sekijima, da cestaria à escultura
Hisako Sekijima, de la cestería a la escultura
Por Maria Ignez Barbosa

HALL DESIGN
22 Moderno e urbano, estilo industrial continua em alta na decoração
Moderno y urbano, estilo industrial continúa en alta en la decoración

RECÉM-CHEGADOS
Recién Llegados
28

FEIRAS E MOSTRAS
Ferias y Muestras
38 19ª ABIMAD encerra com balanço positivo de vendas e visitantes
19ª ABIMAD encerra com balanço positivo de vendas e visitantes

44 The Best in Show
50 Tendências *Tendencias*
56 Pelos corredores da 19ª ABIMAD
Por los pasillos de la 19ª ABIMAD
52 Jantar do importadores *Cena de los importadores*

VITRINE DE LUXO
Vitrina de Lujo
66

GASTRONOMIA
Gastronomía
72

ROTEIRO DE VIAGEM
Itinerario de Viaje
78 GUADALAJARA: história e música, com tequila
GUADALAJARA: historia y música, con tequila

PANORAMA
Panorama
84

EM AÇÃO
En Acción
88

ARTIGO
Artículo
92 Como fazer valer a pena cada centavo na sua estratégia de marketing
Cómo hacer valer la pena cada centésimo en su estrategia de marketing
Por Diego Contezini

LISTA DE ASSOCIADOS
Lista de Asociados
ABIMAD
96

QUAL É _O SEU ESTILO?

Life+Style

ESTObEL®

2015

studiomartamanente

Luxo / Clássico / Urbano / Sustentável / Contemporâneo / Aventureiro

Seja qual for o seu estilo, encante-se com os lançamentos e vista sua casa com estilo **Estobel Estofados.**

/ Sofá Madrid

estobel.com

A 19ª ABIMAD confirmou nossas expectativas em relação ao mercado consumidor de alta decoração. Recebemos 22 mil visitantes, entre lojistas e profissionais do setor. É um público seleto, que veio em busca de preço competitivo, prazo de entrega e qualidade em produto, especialmente o design diferenciado, que cada vez mais ganha espaço. Os expositores que investem neste segmento colhem resultados positivos, uma vez que o consumidor sempre opta por uma peça mais exclusiva como destaque de um ambiente. Também não podemos nos esquecer dos investimentos em tecnologia e maquinário adequados para atender, com excelência, nosso público-alvo, o consumidor de alta decoração.

Apesar da situação econômica desfavorável do país, nosso setor apresenta dados positivos, ainda que menores que nos anos anteriores. Portanto, não é o momento de retração, e sim, de investir em estratégias de comunicação e marketing, focar na divulgação institucional, além de descobrir novas oportunidades e diferenciar-se dos concorrentes. Estas são algumas das estratégicas para ganhar mercado e, consequentemente, conquistar clientes. A tarefa não é fácil, mas o resultado é satisfatório.

Os associados que fazem parte do Programa ABIMAD Export contam ainda com um recurso extra no atual cenário econômico: a desvalorização do Real, que influencia diretamente nas exportações. Estamos mais competitivos em relação às indústrias estrangeiras e as empresas que estiverem bem posicionadas poderão aproveitar melhor este momento favorável. Por este motivo a ABIMAD está intensificando o apoio ao associado-exportador, prospectando os principais compradores de móveis brasileiros.

A participação nas duas edições anuais da feira da ABIMAD, por exemplo, é uma forma eficiente de manter contato com os principais lojistas do Brasil e da América Latina, apresentando o trabalho realizado durante o ano. Portanto, prepare-se para a 20ª. ABIMAD, que acontece de 27 a 30 de julho, e não perca a chance de gerar negócios, conquistar novos clientes e fortalecer sua marca.

MICHEL OTTE
Presidente da ABIMAD

La 19ª ABIMAD ha confirmado nuestras expectativas con relación al mercado consumidor de alta decoración. Hemos recibido 22 mil visitantes, entre comerciantes y profesionales de sector. Se trata de un público selecto, que viene buscando precio competitivo, plazo de entrega y calidad en producto, especialmente el diseño diferenciado, que cada vez cobra más espacio. Los expositores que invierten en este segmento cogen resultados positivos, una vez que el consumidor siempre opta por una pieza más exclusiva, como destaque de un ambiente. Tampoco nos podemos olvidar de las inversiones en tecnología y máquinas adecuadas para atender, con excelencia, a nuestro público-objeto, el consumidor de alta decoración.

A pesar de la situación económica desfavorable del país, nuestro sector presenta datos positivos, aunque inferiores a los de años anteriores. Por lo tanto, no es un momento de retracción, y sí de invertir en estrategias de comunicación y de marketing, de enfocar en la promoción institucional, además de descubrir nuevas oportunidades y diferenciarse de la competencia. Esas son algunas de las estrategias para ganar mercado y, consecuentemente, conquistar clientes. La tarea no es fácil, pero el resultado es satisfactorio.

Los asociados que hacen parte del Programa ABIMAD Export también cuentan con un recurso extra en el actual escenario económico: la devaluación del Real, que influencia directamente en las exportaciones. Estamos más competitivos con relación a las industrias extranjeras y a las empresas que estén bien posicionadas podrán aprovechar mejor este momento desfavorable. Por tal motivo, ABIMAD está intensificando el apoyo al asociado-exportador, prospectando los principales compradores de muebles brasileños.

La participación en las dos ediciones anuales de la feria de ABIMAD, por ejemplo, es una forma eficiente de mantener contacto con los principales comerciantes de Brasil y de América Latina, presentando el trabajo realizado durante el año. Por lo tanto, prepárese para la 20ª ABIMAD, que ocurre del 27 al 30 de julio, y no se pierda la oportunidad de generar negocios, de conquistar nuevos clientes y de fortalecer su marca.

MICHEL OTTE
Presidente de la ABIMAD

A RIVATTI RESERVOU O MELHOR DA DECORAÇÃO PARA VOCÊ

A maior importadora de móveis de design do Brasil trouxe a versatilidade da cadeira Amanda agora na versão Crocco.

rivatti
móveis

A MAIOR IMPORTADORA DE MÓVEIS DE **DESIGN DO BRASIL**

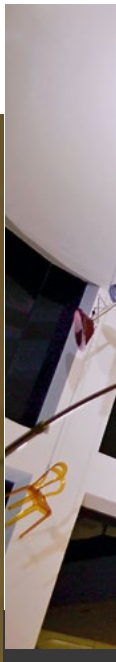
54 3025.9300 | vendas@rivatti.com.br | www.rivatti.com.br | facebook.com/Rivatti

DNA MÓVEIS: A SOLUÇÃO COMPLETA DO LITORAL PAULISTA

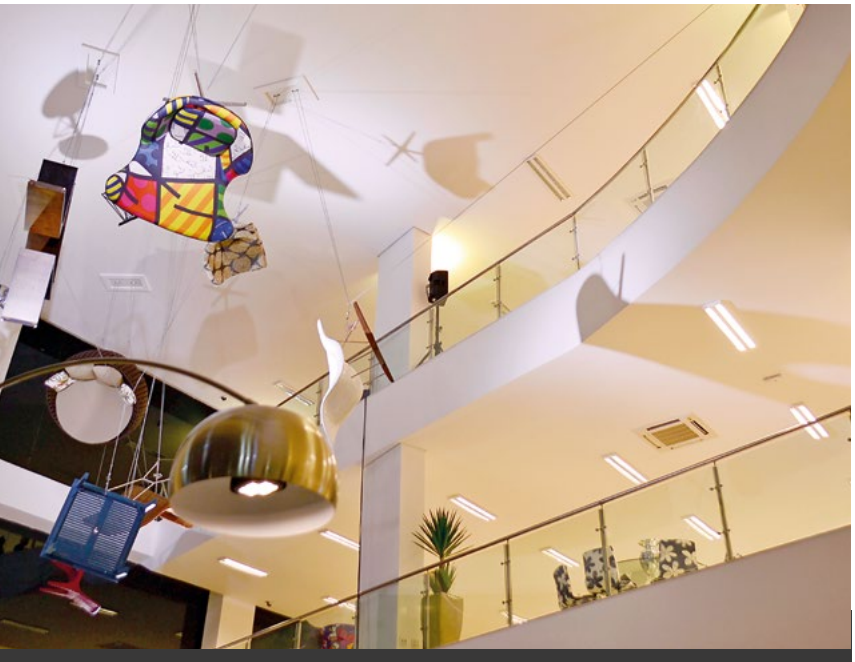
DNA MÓVEIS: LA SOLUCIÓN COMPLETA DEL LITORAL PAULISTA

"É UM PROJETO TOTALMENTE DIFERENTE, ALÉM DE SER UM DESAFIO PESSOAL. CADA CLIENTE TEM UMA NECESSIDADE. LIDAMOS COM OS SONHOS E ISSO EXIGE UM ATENDIMENTO DIFERENCIADO, DIRECIONADO. É UMA DEDICAÇÃO MAIOR"

"SE TRATA DE UN PROYECTO COMPLETAMENTE DIFERENTE, ADEMÁS DE TRATARSE DE UN RETO PERSONAL. CADA CLIENTE TIENE SUS NECESIDADES. TRABAJAMOS CON LOS SUEÑOS Y ESO EXIGE UNA ATENCIÓN DIFERENCIADA, DIRECCIONADA. ES UNA DEDICACIÓN MÁS GRANDE"



ELAINE VEDOVATTI E DANIEL SAMPAIO PROVENZANO



Os 5.200 m² de área construída, divididos em três andares, impressionam. Maior loja da Baixada Santista, a DNA Móveis, na Praia Grande, litoral sul de São Paulo, foi inaugurada em 2013 e deu início a uma nova fase do Grupo DNA, especializado na fabricação de vidros e esquadrias de alumínio. "É um projeto totalmente diferente, além de ser um desafio pessoal. Cada cliente tem uma necessidade. Lidamos com os sonhos e isso exige um atendimento diferenciado, direcionado. É uma dedicação maior", explica o diretor da DNA Móveis, Daniel Sampaio Provenzano, que anteriormente era responsável pela parte financeira e administrativa do Grupo. Fundado há 30 anos, o complexo industrial abrange uma área de 30.000 m² e 230 funcionários, responsáveis pelo atendimento a construtoras da região, tanto em empreendimentos corporativos como residenciais. A expertise de três décadas, o mercado aquecido e a carência de lojas do setor moveleiro na região motivaram o presidente do Grupo, Edis Vedovatti, a iniciar o projeto da DNA Móveis. "Ele é um empreendedor nato, tem uma visão fantástica. Faz parte da empresa o planejamento, por isso, iniciamos três anos antes da inauguração o desenvolvimento dos fornecedores, visitas às fábricas e feiras, seleção de produtos, contratação e treinamento de equipe. O resultado é uma empresa sólida, respeitada no mercado", afirma Daniel.

Quando a DNA Móveis inaugurou, em 2013, o mercado estava em expansão. Com a desaceleração da economia, o consumo retraiu em todos os setores, mas a DNA Móveis não sentiu a queda, mesmo a loja estando em uma região afastada das regiões comerciais ou grandes avenidas da Praia Grande. "Temos uma característica diferente. Oferecemos para o cliente a solução completa. Temos um trabalho muito forte com arquitetos, além das parcerias com as imobiliárias e construtoras. Em um levantamento interno, entregamos, por mês, cerca de 450 apartamentos com as esquadrias e os vidros que produzimos. Uma parcela destes apartamentos são de investidores; uma pequena parte de moradores e outros são para veraneio. Enxergamos aí uma possibilidade muito boa de negócio. E quando o cliente entra na loja, ele sabe que está em um porto seguro, pois vê a estrutura do Grupo", avalia Daniel.

Los 5.200 m² de área construida, distribuidos en tres pisos, impresionan. Tienda más grande de la Baixada Santista, DNA Móveis, en la Praia Grande, litoral Sur de São Paulo, fue inaugurada en 2013 y dio inicio a una nueva etapa del Grupo DNA, especializado en la fabricación de cristales y aberturas de aluminio. "Se trata de un proyecto completamente diferente, además de tratarse de un reto personal. Cada cliente tiene sus necesidades. Trabajamos con los sueños y eso exige una atención diferenciada, direccionada. Es una dedicación más grande", explica el director de DNA Móveis, Daniel Sampaio Provenzano, que anteriormente era responsable por la parte financiera y administrativa del Grupo. Fundado hace 30 años, el complejo industrial comprende un área de 30.000 m² y cuenta con 230 empleados, responsables por la atención a constructoras de la región, tanto en emprendimientos corporativos como residenciales. La experiencia de tres décadas, el mercado caliente y la carencia de tiendas del sector de muebles en la región llevaron al presidente del Grupo, Edis Vedovatti, a iniciar el proyecto de DNA Móveis. "Él es un emprendedor nato, con una visión fantástica. La planificación forma parte de la empresa, por eso tres años antes de la inauguración y dl desarrollo de los proveedores, comenzamos a realizar visitas a fábricas y ferias, selección de productos, contratación y capacitación del equipo. El resultado es una empresa sólida, respetada en el mercado", afirma Daniel.

Cuando DNA Móveis inauguró, en 2013, el mercado estaba en expansión. Con la desaceleración de la economía, el consumo se retrajo en todos los sectores, pero DNA Móveis no sintió la caída, aunque la tienda está en una región alejada de las regiones comerciales o de las grandes avenidas de Praia Grande. "Tenemos una característica diferente. Le ofrecemos al cliente la solución completa. Contamos con un trabajo muy fuerte con arquitectos, además de alianzas con inmobiliarias y constructoras. En un levantamiento interno, entregamos, por mes, cerca de 450 departamentos con las aberturas y los cristales que producimos. Una parte de esos departamentos son de inversionistas; una pequeña parte, de habitantes locales, y otros tienen como destino el veraneo. Vemos ahí una posibilidad muy buena de negocio. Y cuando el cliente entra en la tienda, sabe que se encuentra en un puerto seguro, pues ve la estructura del Grupo", analiza Daniel.

Para proporcionar o máximo de satisfação, a DNA Móveis investiu forte no projeto da loja. Da iluminação à decoração, com amplos espaços, além de uma equipe treinada fazem com que os clientes se sintam em casa. “Ficam encantados com a loja. É a mesma sensação de se hospedar em um hotel cinco estrelas. A expectativa é alta e são clientes exigentes. Não podemos frustrá-los. Temos brinquedoteca, fraldário, cafeteria, lanches e, para os homens, uma sala de cinema com pipoca, filmes 3D, jogos, tudo automatizado. O cliente não precisa sair para nada. Além dos móveis convencionais, trabalhamos com três linhas de planejados e temos parceiros para revestimentos, papel de parede, persianas, iluminação. É uma venda consultiva. Não tiramos o foco da madeira, mas temos parceiros homologados”, explica Daniel.

Para brindar máxima satisfacción, DNA Móveis invirtió fuertemente en el proyecto de la tienda. Desde la iluminación hasta la decoración, con espacios amplios, además de contar con un equipo que hace con que el cliente se sienta en su casa. “Quedan encantados con la tienda. Sienten la misma sensación de hospedarse en un hotel cinco estrellas. La expectativa es alta y los clientes, exigentes. No podemos defraudarlos. Contamos con sala de juegos, cambiador de pañales, cafetería, meriendas y, para los hombres, una sala de cine con pop, películas 3D, juegos, todo automatizado. El cliente no necesita salir para nada. Además de los muebles convencionales, trabajamos con tres líneas de muebles planeados y contamos con aliados para revestimientos, papel de pared, persianas, iluminación. Se trata de una venta consultiva. No quitamos el enfoque de la madera, pero contamos con aliados certificados”, explica Daniel.

ESCOLHA DOS PRODUTOS

Elaine Vedovatti, esposa de Daniel, é responsável por toda a decoração da DNA Móveis, desde a montagem dos ambientes à escolha dos produtos. “Ela é a peça chave. Eu acompanho as feiras, dou sugestões, mas é ela quem define. Fico na parte comercial e administrativa”, explica Daniel, que visita, além das feiras da ABIMAD, as de planejados, de matérias-primas e a de Milão. “Busco todas as informações de tendências, design, qualidade das ferragens, acessórios e acabamentos. É uma somatória para definir as fábricas que colocamos na DNA. Somos muito criteriosos”.

SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Elaine Vedovatti, esposa de Daniel, es responsable por toda la decoración de DNA Móveis, desde el montaje de los ambientes a la selección de los productos. “Ella es la pieza clave. La acompaño a las ferias, doy sugerencias, pero es ella quien define. Yo me quedo en la parte comercial y administrativa”, explica Daniel, que visita, además de las ferias de ABIMAD, las ferias de muebles planeados, de materias primas y la de Milán. “Busco todas las informaciones de tendencias, diseño, calidad de los herrajes, accesorios y terminaciones. Hacemos una suma para definir las fábricas que colocamos en DNA. Seguimos muchos criterios”.

ABIMAD

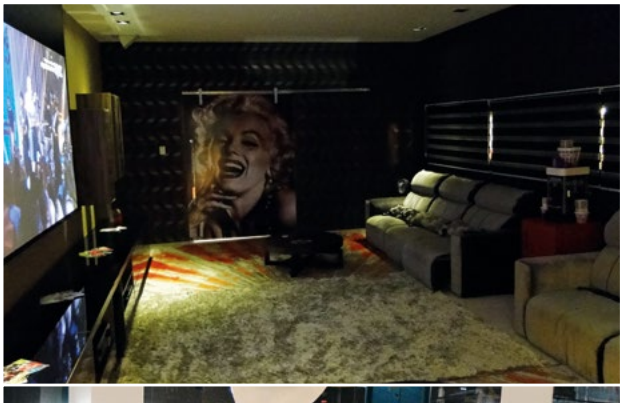
Para entender a necessidade do cliente, Daniel explica que é fundamental a troca de informações entre a fábrica e o lojista, e vice-versa. “A fábrica precisa saber o quê o cliente está pedindo”. Antes de inaugurar a loja, o empresário já visitava as feiras da ABIMAD para conhecer fabricantes e identificar produtos ideais para o perfil da sua loja. “A ABIMAD é a feira que eu não posso deixar de ir. É a principal, que me atende tanto no mobiliário comercial como nos produtos assinados, com design, que são os mais procurados pelos arquitetos”.

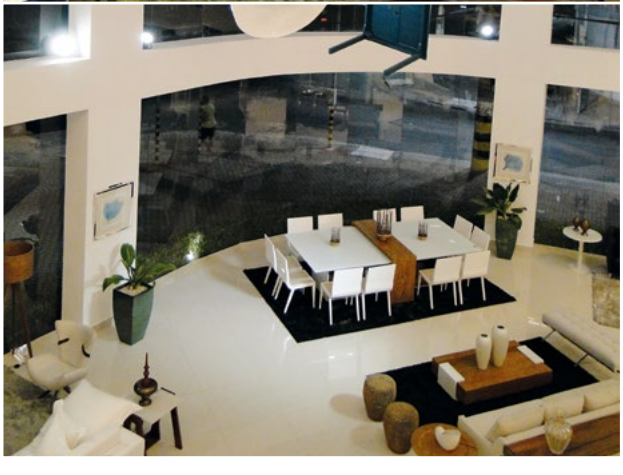
Apesar do pouco tempo, a DNA Móveis estabeleceu um relacionamento promissor com seus fornecedores. Para Daniel, a visita à fábrica é fundamental, mas também acredita que o fabricante deve vir à loja, conhecer o local e debater as dificuldades. “Nossos departamentos estão todos interligados, desde a venda, o pós-venda e a assistência técnica, até a conclusão do projeto. Tudo é rápido e eficaz e cobramos isso também das fábricas”, explica Daniel, que tem entre seus fornecedores empresas como Herval, Bell’Arte, Century, Butzke, Formanova, LaCasa, Móveis James, Voler, Silva Santos, Cristais de Murano, Cristais São Marcos, BTC, 6F Decorações, Urban, Essenza, DAF, ArtImage, Artenova, Aspecto ,By Art Design, Rivatti, CasaLecchi, Cia das Folhas, Cores da Terra, Doimo, Fibras Arte, Green House, Mannes, Salvatore Minuano, Renar, Roncalli Decor, Studio Casa, SV, Tapetah, Tapetes São Carlos e Tumar.

ABIMAD

Para comprender la necesidad del cliente, Daniel explica que es fundamental el intercambio de informaciones entre la fábrica y el comerciante, y viceversa. “La fábrica necesita saber qué le está pidiendo el cliente”. Antes de inaugurar la tienda, el empresario ya visitaba las ferias de ABIMAD para conocer a los fabricantes e identificar productos ideales para el perfil de su tienda. “ABIMAD es la feria a la cual yo no puedo dejar de ir. Es principal, que me atiende tanto en muebles comerciales como en los productos exclusivos, con diseño que son los más solicitados por los arquitectos”.

A pesar de contar con poco tiempo, DNA Móveis estableció una relación promisora con sus proveedores. Para Daniel, la visita a la fábrica es fundamental, pero también cree que el fabricante debe ir a la tienda, conocer el lugar y discutir las dificultades. “Nuestros departamentos están todos interrelacionados, desde la venta, el post-venta y la asistencia técnica, hasta la conclusión del proyecto. Todo es rápido y eficaz y también se lo exigimos a las fábricas”, explica Daniel, quien cuenta, entre sus proveedores, con empresas como Herval, Bell’Arte, Century, Butzke, Formanova, LaCasa, Móveis James, Voler, Silva Santos, Cristais de Murano, Cristais São Marcos, BTC, 6F Decorações, Urban, Essenza, DAF, ArtImage, Artenova, Aspecto ,By Art Design, Rivatti, CasaLecchi, Cia das Folhas, Cores da Terra, Doimo, Fibras Arte, Green House, Mannes, Salvatore Minuano, Renar, Roncalli Decor, Studio Casa, SV, Tapetah, Tapetes São Carlos y Tumar.





DNA MÓVEIS - WWW.DNAMOVEIS.COM.BR
FOTOS: RICARDO MANGOLD / DIVULGAÇÃO DNA MÓVEIS

ARTEFAMA
MÓVEIS
1945 - 2015
70
ANOS
www.artefama.com.br

POR MARIA IGNEZ BARBOSA

WOOD ALMOST II

HISAKO SEKIJIMA, DA CESTARIA À ESCULTURA

HISAKO SEKIJIMA, DE LA CESTERÍA A LA ESCULTURA

HISAKO SEKIJIMA

Hisako Sekijima tem 70 anos. É pequena e delicada como são, em geral, as mulheres japonesas. Inglês perfeito, pois teve a oportunidade, por causa do marido, de viver por dois períodos nos Estados Unidos. No dia em que conversamos, a roupa que vestia era ocidental, mas destituída de qualquer modismo.

Apesar da aparência quase frágil, carregando na mão uma pequena tesoura, uma faquinha e um canivete, para mostrar que trabalha com utensílios dos mais corriqueiros, é ela própria quem faz de guia para um pequeno e pré-agendado grupo de mulheres convidado a visitar a exposição de suas últimas esculturas no Museu Tomo, em Tóquio, no final do ano passado.

Encantada com o que via e ouvia, ainda tive a oportunidade de com ela almoçar em seguida e saber mais como, a partir da experimentação com diferentes técnicas da cestaria, ela pode transformar os mais rudimentares elementos da natureza em formas e feições tridimensionais e que nos remetem a pensar na pureza e na espiritualidade embutidas nas esculturas de um Brâncusi.

Embora nos Estados Unidos, entre 1975 e 1979 e, mais tarde, entre 1998 e 1999, tenha estudado a cestaria dos índios nativos americanos sob uma abordagem contemporânea, muito mais que artesã da cestaria ou conferencista e professora do métier, Hisako é uma escultora consagrada, com exposições em diversos países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Japão e tem peças de sua autoria em conhecidos museus do mundo. Hisako Sekijima esteve inclusive no Brasil, onde conheceu Renato Imbroisi, pessoa que muito admira, conhecido por seu trabalho com artesãos de norte a sul no Brasil e também em Moçambique.

Seu dia a dia hoje em Tóquio é simples. Em seu próprio pequeno jardim, ela se abastece com cascas de árvores, palmas, rattan, fibras de arbustos frutíferos como o abricó e outros, varetas, galhos, raízes de gengibre e o que lhe parecer transformável por suas mãos habilidosas e o auxilio de seus pequenos utensílios. Uma escultura pode levar um mês inteiro de dedicação. São os filhos que não teve.

Hisako reconhece ter expandido os limites da cestaria ao extremo, não só recolhendo inspiração na natureza como buscando novas ideias, formas, conceitos e técnicas. Como professora que foi, sempre soube ser generosa, dividindo informações sobre as técnicas que desenvolveu ao longo do tempo, colocando questões instigantes aos alunos e ajudando nas soluções dos problemas.

CORNER-FOLDS II

Hisako Sekijima tiene 70 años. Es pequeña y delicada, como lo son, por lo general, las mujeres japonesas. Habla un inglés perfecto, pues tuvo la oportunidad, debido a su esposo, de vivir durante dos períodos en Estados Unidos. Cuando conversamos estaba usando ropas de estilo occidental, pero sin ningún modismo.

A pesar de la apariencia casi frágil, llevando en la mano una pequeña tijera, un cuchillito y una navaja, para mostrar que trabaja con útiles de lo más comunes, es ella misma quien hace de guía para un reducido grupo de mujeres invitado, anteriormente, a visitar la exposición de sus últimas esculturas en el Museo Tomo, en Tokio, en el final del año pasado.

Encantada con lo que veía y oía, también tuve la oportunidad de almorzar con ella más tarde y saber cómo, a partir de la experimentación con diferentes técnicas de cestería, puede transformar los más rústicos elementos de la naturaleza en formas y objetos tridimensionales, que nos llevan a pensar en la pureza y en la espiritualidad embutidas en las esculturas de un Brancusi.

Aunque de 1975 a 1979 y después de 1998 a 1999 haya estudiado en Estados Unidos la cestería de los indígenas nativos norte-americanos con un abordaje contemporáneo, mucho más que artesana de cestería o conferencista y docente del métier, Hisako es una escultora consagrada, con exposiciones en varios países, como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y Japón, además de contar con piezas de su autoría en conocidos museos del mundo. Hisako Sekijima también estuvo en Brasil, donde conoció a Renato Imbroisi, persona a quien admira mucho, conocido por su trabajo con artesanos de Norte a Sur de Brasil, y también en Mozambique.

Hoy, en Tokio, su día a día es simple. En su propio y pequeño jardín, ella recoge cáscaras de árboles, palmas, ratán, fibras de arbustos fructíferos, como el albaricoque y otros, varillas, ramas, raíces de jengibre y todo lo que le parezca que podrá transformar con sus habilidosas manos y el auxilio de sus pequeños útiles. Una escultura puede tomarle todo un mes de dedicación. Son los hijos que no tuvo.

Hisako reconoce haber expandido los límites de la cestería al extremo, no apenas recogiendo inspiración en la naturaleza como buscando nuevas ideas, formas, conceptos y técnicas. Como docente que ha sido, siempre supo ser generosa, compartiendo informaciones sobre las técnicas desarrolladas a lo largo del tiempo, planteando temas instigadores para los alumnos y ayudándolos en la resolución de problemas.

Nos Estados Unidos, país menos tradicionalista que o Japão, viu novas maneiras de pensar a cestaria e percebeu que era possível abordar de forma diferente as questões da matéria, da proporção e do volume no espaço. Ali pôde também desenvolver uma nova visão sobre a cestaria tradicional de diferentes povos e tratou de perceber como, em suas próprias mãos, o que a natureza produz, poderia ser modificado. Uma exposição nos Estados Unidos, quando morou em Riverdale, perto de Nova York, onde pedia aos vizinhos que lhe passassem material descartado dos jardins, ganhou justamente o nome de "Natureza Transformada". Um nó ou trançado que dê na palha não será comum ou banal. Terá sido ensaiado no aperfeiçoamento de seus próprios métodos que, como ela diz, são menos regulares, menos econômicos e mais ambíguos. O fator imprevisto está sempre presente, pois a natureza "é imprevisível". Reconhece haver conflitos entre a intenção e o que o material permite e é aí que reside a sua busca em potencializar ao máximo suas possibilidades. Somente quando a artista se sente confortável com o diálogo entre o material e a técnica, é que dá por terminada uma obra e a libera assinada para alguma galeria ou exposição.

Seu trabalho está citado em vários livros como o "Contemporary International Basketmaking" de Mary Butcher, em "Contemporary Japanese Sculpture", onde a autora, Janet Koplos, afirma que o trabalho de Hisako Sekijima "não pode ser visto física ou conceitualmente a não ser como escultura".

Foi em 1980 que Hisako e o marido retornaram ao Japão depois de residirem nos Estados Unidos. Cheia de ideias e animada, passou a dar aulas na Escola Têxtil Kawashima, de Kyoto, e na Escola Kenkyujo, em Tóquio. Tentava incutir nos alunos uma nova atitude em relação à cestaria japonesa e até hoje tem seguidores nessa trilha mais exploratória e muitos de seus ex-alunos chegam a expor seus trabalhos ao lado dos dela. No livro "Cestas, redefinindo volume e significado" Pat Hickman, ao se referir à maneira de Hisako de ensinar, esclarece que ela fazia seus alunos estudarem de forma muito cautelosa, sob um olhar menos antropológico e mais conceitual.

Em 1986 foi a vez de Hisako Sekijima publicar seu primeiro livro em inglês, "Basketry: Projetos de cestas a chinelos de grama". O texto revela sua paixão pela compreensão em como abordar o material da natureza e sua capacidade de articular o seu pensamento. Em 2001, depois de ter morado um ano na França, a artista fez a curadoria dos participantes japoneses para uma exposição em Connecticut, nos Estados Unidos, chamada "Japão: sob Influência". No texto de apresentação ela instiga uma comparação entre as cestas contemporâneas e as cestas de bambu sem função específica, aquelas que examinam e propõem uma nova atitude em relação ao material. Fala da maneira como estas cestas são criadas e as questões confrontadas pelos artistas que seguem os velhos ou os novos caminhos. Mostra a importância de focar a energia no trabalho que engloba uma postura ao mesmo tempo cerebral e emocional. Talvez seja essa, a combinação que faz com que Hisako Sekijima se distingua como artesã, escritora e curadora. E o que a transforma, definitivamente, em uma artista plástica ditada pela natureza.

Articulada, Hisako Sekijima resume o seu trabalho: "Venho há anos explorando o potencial visual e filosófico da cestaria. Interessa-me, especialmente, de uma forma simbólica, como o movimento de linhas em volta de um espaço negativo estará redefinindo um volume e ao mesmo tempo incorporando o meu pensamento. Até uma simples forma geométrica como um cubo ou uma esfera podem se transformar em tipos diferentes de objetos. Sempre me surpreende que a materialidade de um galho de árvore ou de uma trepadeira possam se transformar num complexo sistema com uma linguagem própria minha, depois de trabalhados com a minha maneira de conceitualizar a cesta e a cestaria.

INTERSECTIONS V

En Estados Unidos, país menos tradicionalista que Japón, vio nuevas formas de pensar la cestería y notó que era posible abordar de otra forma la materia, los aspectos de materia, proporción y volumen en el espacio. Allí también pudo desarrollar una nueva visión sobre la cestería tradicional de diferentes pueblos, y trató de ver de qué modo podría, con sus propias manos, modificar aquello que la naturaleza produce. Una exposición en Estados Unidos, cuando vivió en Riverdale, cerca de Nueva York, donde les pedía a los vecinos que le pasasen material desechado en los jardines, recibió justamente el nombre de "Naturaleza Transformada". Un nudo o un trenzado que haga en el bejuco no serán algo común o banal. Habrá sido algo ensayado en el perfeccionamiento de sus propios métodos que, como ella lo explica, son menos regulares, menos económicos y más ambiguos. El factor imprevisto está siempre presente, pues la naturaleza "es imprevisible". Reconoce que hay conflictos entre la intención y aquello que el material permite, y es allí que está su búsqueda por potenciar al máximo sus posibilidades. Apenas cuando la artista se siente cómoda con el diálogo entre el material y la técnica es que da por terminada una obra y la coloca a disposición, firmada, de alguna galería o exposición.

Su trabajo está mencionado en varios libros, como el "Contemporary International Basketmaking" de Mary Butcher, en "Contemporary Japanese Sculpture", en que la autora, Janet Koplos, afirma que el trabajo de Hisako Sekijima "no puede ser visto física o conceptualmente a no ser como escultura".

En 1980, Hisako y su esposo regresaron a Japón después de haber vivido en Estados Unidos. Con muchas ideas y animada, pasó a dictar clases en la Escuela Textil Kawashima, de Kioto, y en la Escuela Kenkyujo, en Tokio. Intentaba introducir en los alumnos una nueva actitud con relación a la cestería japonesa y hasta hoy cuenta con seguidores en ese camino más de exploración y muchos de sus ex alumnos llegaron a exponer sus trabajos al lado de los de ella. En el libro "Cestos, redefiniendo volumen y significado" (en traducción libre), Pat Hickman, al referirse a la forma como Hisako enseña explica que ella hacía con que sus alumnos estudiasen de forma muy cuidadosa, con una mirada menos antropológica y más conceptual.

En 1986, Hisako Sekijima publicó su primer libro en inglés, "Basketry: Proyectos de cestos a chinelas de césped" (en traducción libre). El texto revela su pasión por la comprensión de cómo abordar el material de la naturaleza y su capacidad para articular su pensamiento. En 2001, después de haber pasado un año en Francia, la artista realizó la curaduría de los participantes japoneses para una exposición en Connecticut, Estados Unidos, llamada "Japón: bajo Influencia". En el texto de presentación, ella incentiva una comparación entre los cestos contemporáneos y los cestos de bambú sin función específica, aquellos que examinan y proponen una actitud nueva con relación al material. Habla sobre la forma como estos cestos son creados y los temas confrontados por los artistas que siguen los antiguos y los nuevos caminos. Muestra la importancia de enfocar la energía en el trabajo, que abarca una posición que es, al mismo tiempo, cerebral y emocional. Tal vez sea esa la combinación que hace con que Hisako Sekijima se distinga como artesana, escritora y curadora. Y lo que transforma, definitivamente, en una artista plástica dictada por la naturaleza.

Articulada, Hisako Sekijima resume así su trabajo: "Desde hace años vengo explotando el potencial visual y filosófico de la cestería. Especialmente, me interesa, de forma simbólica, cómo el movimiento de líneas alrededor de un espacio negativo estará redefiniendo un volumen y, al mismo tiempo, incorporando mi pensamiento. Incluso una simple forma geométrica como un cubo o una esfera se puede transformar en tipos diferentes de objetos. Siempre me sorprende que la materialidad de una rama de árbol o de una trepadera pueda transformarse en un complejo sistema, con un lenguaje propio mío, después de trabajados con mi forma de conceptualizar el cesto o la cestería.

RE-CORD III

STRUCTURAL VOLUME IV

Até há algum tempo, apesar de tão saudada no mundo, sua arte não era vista com bons olhos no Japão. Seu trabalho marcharia contra a corrente popular, estaria fora da hierarquia da cestaria tradicional japonesa. Hisako se viu, com tristeza, considerada uma espécie de pária, ou de adepta em extremo da ocidentalização. Hoje, muitos anos passados, fiel à sua maneira de trabalhar que só poderia, a meu ver, emergir das mãos e da espiritualidade japonesa, mesmo que fora da hierarquia e dos limites da cestaria tradicional local, ela passou a ser tida como uma artista plástica japonesa e a ser respeitada e consultada como uma autoridade no assunto. O fato é que sob a sua influencia e orientação, surgiu no Japão uma serie de artistas hoje também altamente considerados e cujos trabalhos compõem coleções privadas e públicas. Com uma produção anual pequena, os trabalhos de Hisako são acirradamente disputados por galerias comerciais e museus.

Hasta hace algún tiempo, a pesar de ser tan reconocida en el mundo, su arte no era bien vista en Japón. Su trabajo iba en contra la corriente popular, estaría fuera de la jerarquía de la cestería tradicional japonesa. Hisako se vio, con tristeza, considerada una especie de paria, o de extremadamente adepta a la occidentalización. Hoy, muchos años después, fiel a su forma de trabajar que apenas podría, de mi modo de ver, emerger de las manos y de la espiritualidad japonesa, aun fuera de la jerarquía y de los límites de la cestería tradicional local, pasó a ser considerada una artista plástica japonesa y a ser respetada y consultada como una autoridad en el tema. El hecho es que bajo su influencia y orientación, surgió en Japón una serie de artistas que también hoy son bien considerados y cuyos trabajos componen colecciones públicas y particulares. Con una producción anual pequeña, los trabajos de Hisako son extremadamente disputados por galerías comerciales y museos.

FOTOS: MUSÉE TOMO – TÓQUIO / DIVULGAÇÃO
WWW.MUSEE-TOMO.OR.JP

P&C
ArteMobili

REQUINTE, ELEGÂNCIA E A NATUREZA VIVA EM SEUS AMBIENTES.

Acesse **kahoy.com.br** e conheça os móveis fabricados para o seu mundo.

KAHOY

SOFISTICAÇÃO QUE VEM **DA NATUREZA.**

interativacom.com

MODERNO E URBANO, ESTILO INDUSTRIAL CONTINUA EM ALTA NA DECORAÇÃO

MODERNO Y URBANO, ESTILO INDUSTRIAL CONTINÚA EN ALTA EN LA DECORACIÓN.

ANA VERONA

O ESTILO INDUSTRIAL CONQUISTA CADA VEZ MAIS ADEPTOS, QUE SE INSPIRAM NOS GALPÕES, FÁBRICAS E ESTÚDIOS ABANDONADOS DE NOVA YORK E LONDRES DOS ANOS 1950 E 1970, PARA TRANSFORMAREM SUAS CASAS EM MORADAS ORIGINAIS.

EL ESTILO INDUSTRIAL CONQUISTA CADA VEZ MÁS AFICIONADOS QUE SE INSPIRAN EN LOS GALPONES, FÁBRICAS Y ESTUDIOS ABANDONADOS DE NUEVA YORK Y LONDRES DE LOS AÑOS 1950 Y 1970, PARA TRANSFORMAR SUS CASAS EN HOGARES ORIGINALES.

Espaços amplos, repletos de tijolos e tubulações aparentes, madeira, metal e muito concreto são as referências deste tipo de residência, que geralmente conta com ambientes integrados. “É um conceito contemporâneo e cosmopolita, que privilegia o conforto, o bom gosto e o bem-estar”, definem as arquitetas Adriana Helú Hawilla, Carolina Oliveira e Marina Torre Lobo, do escritório Triplex Arquitetura.

De acordo com a arquiteta Marina Dubal, do escritório Dad Arquitetura & Design, a decoração no estilo industrial é uma estética mais bruta onde as estruturas arquitetônicas e/ou dos móveis apresentam-se à vista, de forma aparente. “Caracteriza-se também pela mistura de elementos mais caros com mais baratos, também chamados de High Low. São vários os elementos que caracterizam esse projeto como estilo industrial: concreto e alvenarias aparentes, caixilharia de ferro, escada metálica vazada, iluminação de trilho, móveis de design junto com vasos de planta feito de garrafas de vidros”, exemplifica.

Espacios amplios, repletos de ladrillos y cañerías aparentes, madera, metal y mucho hormigón son las referencias de ese tipo de residencia, que, por lo general, cuenta con ambientes integrados. “Se trata de un concepto contemporáneo y cosmopolita, que privilegia la comodidad, el buen gusto y el bienestar”, definen las arquitectas Adriana Helú Hawilla, Carolina Oliveira y Marina Torre Lobo, del estudio Triplex Arquitetura.

De acuerdo a la arquitecta Marina Dubal, del estudio Dad Arquitetura & Design, la decoración en el estilo industrial es una estética más bruta, en que las estructuras arquitectónicas y/o de los muebles se presentan a la vista, de forma aparente. “También se caracteriza por la mezcla de elementos más caros con los más baratos, lo que se llama High Low. Hay varios elementos que caracterizan ese proyecto como estilo industrial: hormigón y albañilería aparentes, carpintería en hierro, escalera metálica perforada, iluminación de riel, muebles con diseño junto a jarrones para plantas elaborados con botellas de vidrio”, por ejemplo.

RIVATTI

HELIZART

RIBEIRO E PAVANI

Desde o surgimento, o estilo industrial continua crescendo e conquistou um espaço definitivo como tendência na decoração. “Os lofts do Soho, por exemplo, são um símbolo dessa linguagem. Mais recentemente, a ocupação de lojas, restaurantes e lofts, em Nova York, principalmente na área do Meatpacking District, reflete esse comportamento do Industrial Design. O reuso, o brutalismo , o destroyed nunca estiveram tão em alta”, avalia a arquiteta Juliana Pippi.

Versátil e funcional, o estilo industrial permite criar ambientes despojados, modernos e com personalidade. O arquiteto Gerson Dutra de Sá explica que a união de acabamentos simples e efetivos, que seguem uma linha pura e contemporânea, resulta em uma residência harmoniosa e cool. Por ser um estilo mais urbano e um pouco sóbrio, o temor é que possa soar um pouco frio. Mas com pequenos detalhes, é possível deixar o ambiente acolhedor, como ensina Gerson: “O segredo para ‘aquecer’ um espaço com estilo industrial é utilizar objetos e acessórios como tapetes, almofadas, obras de arte e toda uma gama de detalhes que torna tudo mais generoso e aconchegante”. Para a arquiteta Juliana Pippi, a escolha de sofás mais fofos e tecidos mais confortáveis ao toque contrapõe com o brutalismo dos materiais industriais, tornando o ambiente mais aconchegante.

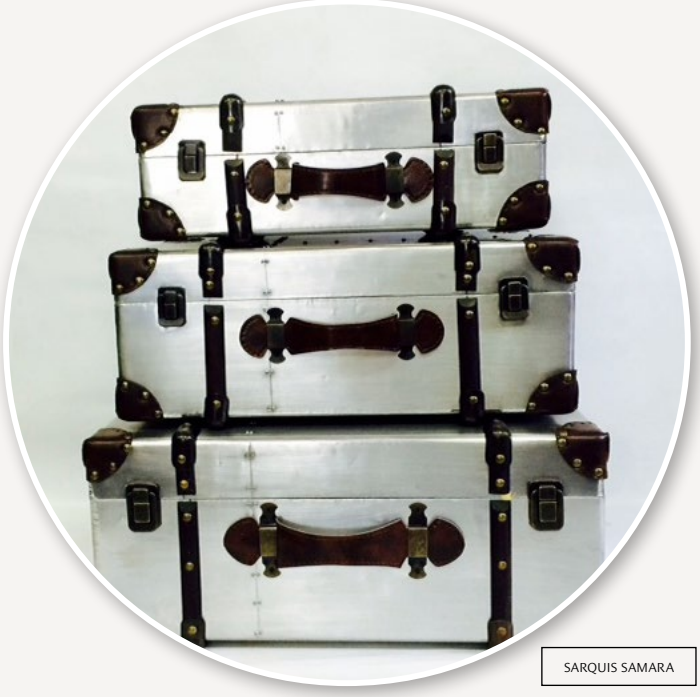
Desde que surgió, el estilo industrial sigue creciendo y ha conquistado un espacio definitivo como tendencia en la decoración. “Los lofts de Soho, por ejemplo, son un símbolo de ese lenguaje. Pero recientemente, la ocupación de tiendas, restaurantes y lofts en Nueva York, principalmente en la región de Meatpacking District, refleja ese comportamiento del Industrial Design. La reutilización, la crudeza, la idea de demolición nunca han estado tan en alta”, analiza la arquitecta Juliana Pippi.

Versátil y funcional, el estilo industrial permite crear ambientes despojados, modernos y con personalidad. El arquitecto Gerson Dutra de Sá explica que la unión de terminaciones simples y efectivas, que siguen una línea pura y contemporánea, resulta en una residencia armoniosa y cool. Como es un estilo más urbano y un poco sobrio, el temor es que pueda parecer un poco frío. Pero, con pequeños detalles, es posible hacer con que el ambiente se vuelva acogedor, como enseña Gerson: “El secreto es “calentar” un espacio con estilo industrial es utilizar objetos y accesorios como alfombras, obras de arte y toda una variedad de detalles que vuelve todo más generoso y acogedor”. Para la arquitecta Juliana Pippi, la elección de sillones más mullidos y telas más agradables al toque hacen contrapunto con la rusticidad de los materiales industriales, haciendo con que el ambiente quede más acogedor.

Para não errar e manter o charme no ambiente, é preciso tomar cuidado na escolha das peças. "Não se deve colocar nos espaços elementos em demasia com essa característica industrial. A composição deve ter outros objetos e elementos que, em conjuntos com esses industriais, vão evidenciá-los ainda mais. Esse cuidado deve ser tomado para que a casa não fique fria, como uma indústria", orienta a arquiteta Marina Dubal. As arquitetas daTriplex Arquitetura sempre apostam no mix: arte, cultura e moda. Em todos os projetos do escritório esses elementos se destacam e conversam entre si, compondo ambientes com personalidade que traduzem a identidade dos clientes. "Peças de design vintage e atual e materiais rústicos e modernos fazem parte da produção de ambientes com ares industrial", explica o trio, que relembra que o projeto de iluminação também é muito importante. "Janelas largas e pontos de luz espalhados pelos ambientes valorizam o espaço. Luminárias pendentes e de mesa também são grandes aliadas da decoração e produção em estilo industrial".

Para no equivocarse y mantener la característica del ambiente, es necesario tomar cuidado al elegir las piezas. "No hay que colocar en los espacios muchos elementos con característica industrial. La composición debe contar con otros objetos y elementos que, en conjunto a esos -industriales-, van destacándolos aun más. Hay que tomar ese cuidado para que la casa no quede fría, como una industria", orienta la arquitecta Marina Dubal. Las arquitectas de Triplex Arquitetura siempre apuestan en la mezcla: arte, cultura y moda. En todos los proyectos del estudio, esos elementos se destacan y conversan entre sí, componiendo ambientes con personalidad que traducen la identidad de los clientes. "Piezas con diseño vintage y actual y materiales rústicos y modernos forman parte de la producción de ambientes con aires de industria", explica el trío, que recuerda que el proyecto de iluminación también es importante. "Ventanas amplias y puntos de luz esparcidos por los ambientes valorizan es espacio. Lámparas colgantes y de mesa también son grandes aliadas de la decoración y producción en estilo industrial".

6F DECORAÇÕES



SARQUIS SAMARA

É possível decorar um ambiente no estilo industrial de forma rápida, sem grandes reformas. O arquiteto Gerson Dutra de Sá sugere um revestimento de fácil aplicação, como por exemplo, o da Pietre Colorate, que imita tijolos aparentes ou ainda uma tinta com o efeito de concreto. “Para os móveis, recorra aos de tecido com aspecto de gasto pelo tempo, como as lonas, por exemplo. Poltronas ou bancos de couro, baús de metal ou qualquer outra peça que esteja levemente desgastada dão um toque super charmoso ao ambiente”.

STUDIO CASA

Se puede decorar un ambiente en estilo industrial de forma rápida, sin grandes reformas. El arquitecto Gerson Dutra de Sá sugiere un revestimiento de fácil aplicación, como, por ejemplo, el de Pietre Colorate, que imita ladrillos aparentes o una pintura con el efecto de hormigón. “Para los muebles, recurra a los tejidos con aspecto gastado por el tiempo, como las lonas, por ejemplo. Sillones o bancos de cuero, baúles de metal o cualquier otra pieza que esté un poco desgastada confieren un detalle súper interesante al ambiente”.

URBAN

FONTES / *Fuentes:*

GERSON DUTRA DE SÁ / WWW.GERSONDUTRADESA.COM.BR
JULIANA PIPPI / WWW.JULIANAPIPPI.COM
MARINA DUBAL / WWW.DAD.ARQ.BR
TRIPLEX ARQUITETURA / WWW.TRIPLEXARQUITETURA.COM.BR

Fazer com talento.

ARTHERVAL

Herval

www.moveisherval.com.br

RECÉM-CHEGADOS

RECIÉN LLEGADOS

VERÃO

Composta por mesa de jantar, poltrona de estar e mesa lateral, a linha Miami ganha uma nova peça, a banqueta. Própria para áreas externas, o mobiliário é fabricado em alumínio.

VERANO

Compuesta por mesa de comedor, sillón y mesa lateral, la línea Miami recibe una nueva pieza, la banqueta. Propia para áreas externas, los muebles son fabricados en aluminio.

WWW.GREENHOUSEMOVEIS.COM.BR

WWW.BUTZKE.COM.BR

CUSTOMIZAÇÃO

Com exclusividade para a Butzke, o banco Agosto, assinado pela designer Flávia Pagotti, tem assento vazado, tornando o produto versátil, pois a almofada, vendida separadamente e disponível em diversas cores, pode ser trançada de diferentes maneiras graças ao desenho ripado do banco.

PERSONALIZACIÓN

Con exclusividad para Butzke, el banco Agosto, firmado por la diseñadora Flávia Pagotti, cuenta con asiento agujereado, que vuelve el producto versátil, pues el almohadón, vendido por separado y disponible en diferentes colores, puede ser trenzado de diferentes formas, gracias al diseño entablillado del banco.

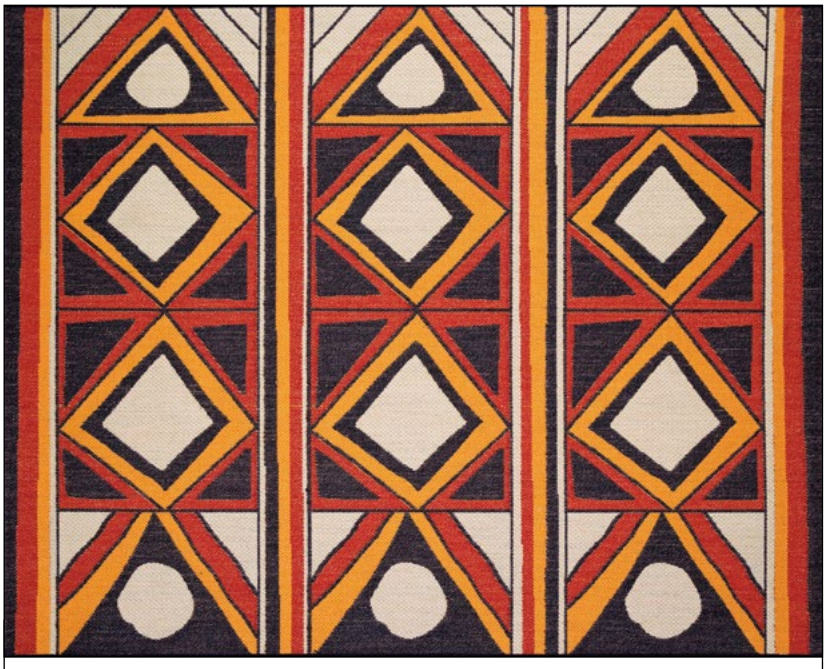
ESTILO

Decorativas ou utilitárias, as peças fabricadas em cerâmica decoram diversos ambientes. Entre as novidades da Cerâmica Mazzotti, estão as linhas nas cores castor e ouro.

ESTILO

Decorativas y utilitarias, las piezas fabricadas en cerámica decoran varios ambientes. Entre las novedades de la Cerámica Mazzotti, están las líneas en los colores castor y oro.

WWW.CERAMICAMAZZOTTI.COM.BR



CULTURA

A coleção de tapetes Raízes é fabricada com 100% de matérias-primas recicladas e foi desenhada por três etnias indígenas que usaram como inspiração suas realidades e cotidianos, transmitida em desenhos e cores. O tapete Arapyaú (foto), criado pelo povo Guarani Mbyá, representa a Lua (arapyaú) e o tempo quente e frio, simbolizando duas estações.

CULTURA

La colección de alfombras Raízes es el 100% fabricada con materias primas recicladas y fue diseñada por tres etnias indígenas que usaron como inspiración sus realidades y cotidianos, transmitida en diseños y colores. La alfombra Arapyaú (foto), creada por el pueblo Guarani Mbyá, representa la Luna (arapyaú) y el tiempo caluroso y frío, simbolizando las dos estaciones.

WWW.TAPETESSAOCARLOS.COM.BR

MINIMALISTA

Assinada pelo designer Paulo Sartori, a linha Xingu é composta por mancebo, mesa lateral e luminária. Inspirada na arquitetura indígena, as peças têm estruturas entrelaçadas com encaixes precisos, proporcionando leveza.

MINIMALISTA

Firmada por el diseñador Paulo Sartori, la línea Xingu está compuesta por perchero, mesa lateral y portátil. Inspiradas en la arquitectura indígena, las piezas tienen estructuras entrelazadas con encajes precisos, lo que confiere levedad.

WWW.ESSENZADESIGN.COM.BR

ÍCONE

Com design atemporal, do arquiteto finlandês Eero Saarinen, a cadeira Tulipa Office é uma das novidades da Byartdesign. Fabricada em polipropileno e metal, a cadeira dispõe de mecanismo sincronizado, regulagem da altura do assento, além de cinco pções de cores.

WWW.BYARTDESIGN.COM.BR

ÍCONO

Con diseño atemporal, del arquitecto finlandés Eero Saarinen, la silla Tulipa Office es una de las novedades de Byartdesign. Fabricada en polipropileno y metal, la silla cuenta con mecanismo sincronizado, regulado de la altura del asiento, además de cinco opciones de colores.

WWW.LACASADESIGN.COM.BR

DESIGN

Composta por sofá, poltrona e mesa de centro, a linha Atajama apresenta revestimento em fibra integral e base em madeira torneada.

DESIGN

Compuesta por sofá, sillón y mesa de centro, la línea Atajama presenta revestimiento en fibra integral y base en madera torneada.

BRILHO

O vidro e a alpaca - liga metálica composta por cobre, níquel e zinco, também conhecida por prata alemã - são as matérias-primas da nova coleção de utilitários da Sarquis Samara. A linha é composta por garrafas para whisky, jarras, porta-frios, cake stand para bolos e tortas, bandejas, entre outras.

BRILLO

El vidrio y la alpaca -aleación metálica compuesta por cobre, níquel y zinc, también llamada plata alemana- son las materias primas de la nueva colección de utilitarios de Sarquis Samara. La línea está compuesta por botellas de whisky, jarros, recipientes para fiambres, cake stand para tortas, bandejas, entre otras.

WWW.SARQUISSAMARA.COM.BR

REQUINTE

O estofado retrátil MH 4128 é uma peça versátil, concebida para compor ambientes que cumpram a função de living e home theater. Possui um visual robusto e, ao mesmo tempo, aconchegante. Os assentos são retráteis, com almofada tipo futton, e os encostos reclináveis. A poltrona MH 3748, que complementa o ambiente, possui base giratória e seu encosto é recoberto com uma sobremanta de fibra.

REQUINTE

El sofá retráctil MH 4128 es una pieza versátil, pensada para componer ambientes que cumplan la función de living y sala de TV. Presenta visual robusto y, al mismo tiempo, acogedor. Los asientos son retráctiles, con almohadón tipo futton y los respaldos son reclinables. El sillón MH 3748, que completa el ambiente, cuenta con base giratoria y su respaldo está forrado con una sobre manta de fibra.

WWW.HERVAL.COM.BR

ARTE

Inspirada na natureza, a design e artista plástica Selma Calheira, apresenta na coleção 2015 as cores da tendência, unindo as nuances da terra, marca registrada do seu trabalho. Entre as peças está o prato feito à mão, com movimentos sinergéticos na cor Marsala.

ARTE

Inspirado en la naturaleza, la diseñadora y artista plástica Selma Calheira, presenta en la colección 2015 los colores de la tendencia, uniendo los matices de la tierra, marca registrada de su trabajo. Entre las piezas, está el plato hecho a mano, con movimientos sinergéticos en el color Marsala.

WWW.CORESDATERRA.COM.BR

SUSTENTÁVEL

Produzidas com retalhos de lona de caminhão, as telas da Ana Verona apresentam um conceito urbano e jovem. As obras, desenvolvidas pelo artista Duílio Verona em conjunto com Ana Verona, foram inspiradas em quadros expostos no MoMA, de Nova York.

SOSTENIBLE

Elaboradas con retazos de lonas de camión, las telas de Ana Verona presentan un concepto urbano y joven. Las obras, desarrolladas por el artista Duílio Verona, en conjunto con Ana Verona, fueron inspiradas en cuadros expuestos |en el MoMA, de Nueva York.

WWW.ANAVERONA.COM.BR

EQUILÍBRIO

A linha Lexo, assinada pelo Studio B Design e produzida pela Artefama Estofados, reúne conhecimento estético, técnico, comercial e sustentável. Composta por sofá e poltrona, as peças utilizam o mínimo de madeira necessário para garantir a estrutura.

EQUILIBRIO

La línea Lexo, firmada por el Studio B Design es producida por Artefama Estofados, reúne conocimiento estético, técnico, comercial y sostenible. Compuesta por sofá y sillón, las piezas utilizan el mínimo de madera necesario para garantizar la estructura.

WWW.ARTEFAMA.COM.BR

CONFORTO

Ideal para ambientes contemporâneos, o destaque do sofá Lorenzo são as costuras estilo Matelassê no encosto e nas laterais internas. As almofadas de assento e encosto são fixas e as molas são interligadas.

COMODIDAD

Ideal para ambientes contemporáneos, el destaque del sofá Lorenzo son las costuras en estilo Matelassé en el respaldo y en las laterales internas. Los almohadones del asiento y del respaldo son fijos y los resortes son interconectados.

WWW.ESTOFADOSTIRONI.COM.BR

MODERNO

Com design leve e impacto visual, o rack Liverpool possui pés cromados em inox e acabamento em laca branca ou preta. Está disponível com duas opções de altura, ambas com caixas de som acopladas (bivolt), bluetooth e controle remoto.

MODERNO

Con diseño liviano e impacto visual, el mueble Liverpool presenta patas cromadas en acero inoxidable y terminación en laca blanca o negra. Está disponible con dos versiones de altura, las dos con cajas de sonido acopladas (bivoltaje), bluetooh y control remoto.

WWW.RUDNICK.COM.BR

ELEGÂNCIA

Com estrutura em couro ecológico, o modelo Portus, da Century Estofados, combina tecidos diversos com o couro ecológico na estrutura. Inspirado no design italiano, a peça é valorizada pelas linhas harmônicas e retilíneas.

ELEGANCIA

Con estructura en cuero ecológico, el modelo Portus, de Century Estofados, combina diferentes tejidos con el cuero ecológico en la estructura. Inspirado en el diseño italiano, la pieza es valorizada por las líneas armónicas y rectas.

WWW.CENTURYESTOFADOS.COM.BR

ACONCHEGO

Em estilo retrô, o recamier Maison tem estrutura em madeira e assento estofado em veludo, preso por dois cintos em couro.

CALIDEZ

En estilo retró, el diván Maison tiene estructura de madera y asiento tapizado en terciopelo, sujetado por dos lazos de cuero.

WWW.TUMAR.COM.BR

PREMIUM

A Nusa Dua, em parceria com a marca FINECASA®, apresenta quatro coleções de porcelanas Bone China, conhecida por seus altos níveis de brancura e altíssima resistência. Apesar de ter a palavra China no nome, a Bone China surgiu na Inglaterra no final do século XVIII e hoje é usada por inúmeros fabricantes de porcelana em todo o mundo como status de luxo.

PREMIUM

Nusa Dua, en alianza con la marca FINECASA®, presenta cuatro colecciones de porcelanas Bone China, conocida por sus elevados niveles de blancura y altísima resistencia. A pesar de llevar la palabra China en el nombre, Bone China surgió en Inglaterra, en el final del siglo XVIII y actualmente es utilizada por incontables fabricantes de porcelana en todo el mundo como marca de lujo.

WWW.NUSADUA.COM.BR

FAUNA

Com design assinado pela Asa Design, o home office Suçuarana tem como inspiração a força e o movimento deste animal da Mata Atlântica. Apresenta pés com perfis duplos retangulares em aço inox, estrutura em tubo redondo e tampo arredondado com bordas chanfradas. Os gaveteiros têm frentes inclinadas e os puxadores embutidos são laminados em madeira natural.

FAUNA

Con diseño firmado por Asa Design, el home office Suçuarana [puma) tiene como inspiración la fuerza y el movimiento de ese animal de la Mata Atlántica. Presenta patas con perfiles dobles rectangulares en acero inoxidable, estructura en tubo redondo y tapa arredondeada con bordes chanfleados. Las cajoneras cuentan con frentes inclinadas y los tiradores embutidos son laminados en madera natural.

WWW.STEELFORMA.COM.BR

CONTEMPORÂNEO

O estofado Insta, da Linha Acqua, é uma peça ideal para o living. Tem medidas diferentes de assentos que, quando unidos, formam a medida desejada. Os pés apresentam várias opções de cores, como vermelho, branco, preto, entre outras.

CONTEMPORÁNEO

El sofá Insta, de la Línea Acqua es una pieza ideal para el living. Cuenta con diferentes medidas de asientos que, cuando unidos, forman la medida deseada. Las patas presentan varias opciones de colores, como rojo, blanco, negro, entre otros.

WWW.ENELE.COM.BR

FOTO: PAULO MARTINELLI / DIVULGAÇÃO

WWW.GOLDLINE.IND.BR

DETALHE

Lançamento Gold Line Mobiliário, o sofá Aston possui linhas que lembram os estofados criados pelos grandes mestres do design dos anos 70. Assinado pelo designer Alessandro Alvarenga, o encosto possui detalhamento em gomos, que tornam suas linhas nada óbvias; tem estrutura em madeira certificada e revestimento em veludo.

DETALLE

Lanzamiento Gold Line Mobiliário, el sofá Aston cuenta con líneas que hacen recordar los sillones creados por los grandes maestros del diseño de los años 1970. Firmado por el diseñador Alessandro Alvarenga, el respaldo cuenta con detalles en gajos, que hacen con que sus líneas no sean nada obvias; tiene estructura en madera certificada y revestimiento en terciopelo.

RÚSTICO

Com altura regulável, a mesa da Artesania Actual é fabricada em ferro fundido com tampo de madeira de demolição.

RÚSTICO

Con altura regulable, la mesa de Artesania Actual está fabricada en hierro fundido con cobertura de madera de demolición.

WWW.ARTESANIAACTUAL.COM.BR

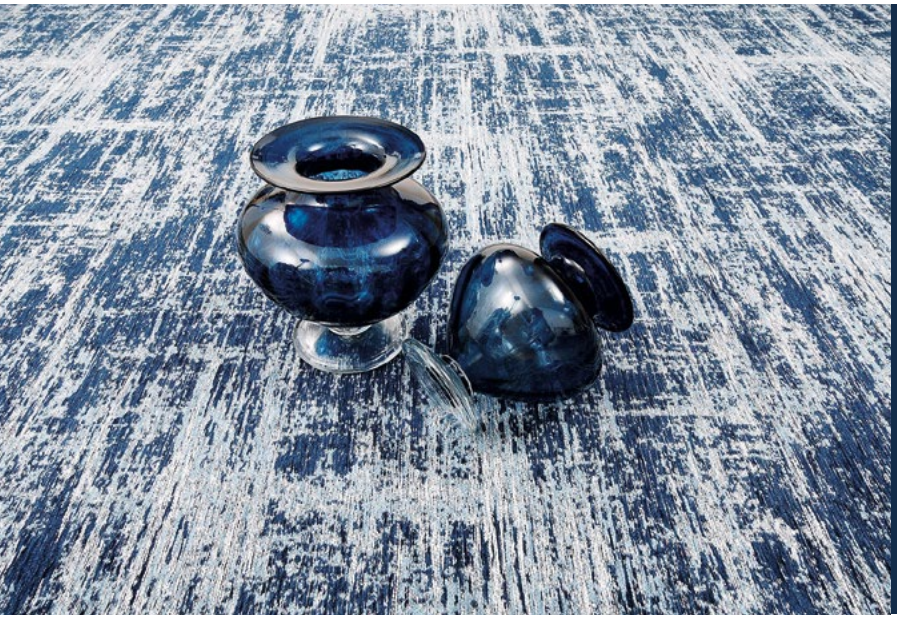
FUSÃO

Leve e prática, a cadeira Allegra é facilmente empilhável e pode ser utilizada em ambientes internos, externos, além de eventos. Fabricada em policarbonato, a peça foi projetada a partir de uma releitura de três cadeiras ícones do design (Jacobsen, Saarinen e DSR), unindo curvas e estilos e criando elementos vazados.

FUSIÓN

Liviana y práctica, la silla Allegra es fácilmente apilable y puede ser utilizada en ambientes internos, externos, además de en eventos. Fabricada en policarbonato, la pieza fue proyectada a partir de una relectura de tres sillas íconos del diseñador (Jacobsen, Saarinen e DSR), uniendo curvas y estilos, creando elementos agujereados.

WWW.RIVATTI.COM.BR



TAPETES

Construído com chenille, tecido de gramatura pesada, superfície macia e com fios mesclados, a linha de tapetes Ritz, da Via Star, proporciona aspecto visual diferenciado e facilidade para limpeza.

ALFOMBRAS

Elaborado en chenille, tejido con gramaje pesado, superficie suave y con los hilos mezclados, la línea de alfombras Ritz, de Via Star, proporciona aspecto visual diferenciado y facilidad para la limpieza.

WWW.VIASTAR.COM.BR

FUNCIONAL

Retangular e com detalhes em ferro, o baú em madeira da Studio Casa, além de decorativo, é ideal para armazenar itens e organizar o ambiente. A peça também pode ser usada como aparador ou mesa de centro.

FUNCIONAL

Rectangular y con detalles en hierro, el baúl en madera de Studio Casa, además de decorativo, es ideal para guardar objetos y organizar el ambiente. La pieza también puede ser usada como aparador o mesa de centro.

WWW.STUDIOCASA.COM.BR

MULTICOLORIDAS

Inspirada nos coloridos lenços, a Decorare apresenta uma coleção de almofadas coloridas, com predominância das cores laranja e roxo.

MULTICOLOR

Inspirada en lienzos de varios colores, Decorare presenta una colección de almohadones multicolor, con predominio de los colores anaranjado y morado.

WWW.DECORAREONLINE.COM.BR

LUZ

Um emaranhado de fios de aço inox compõe a luminária Ninho, da Helizart. Complementam a escultura de teto iluminado pequenos quadrados de cristal de murano.

LUZ

Un enmarañado de cables de acero inoxidable compone la lámpara Ninho, de Helizart. Complementan la escultura de techo iluminado, pequeños cuadrados de cristal de murano.

WWW.HELIZART.COM.BR

INOVAÇÃO

Ideal para decoração de casas, festas e eventos, a linha Índia, da Acervo Casa, é fabricada em alumínio, com três opções: niquelado, polido ou inox. São diversas opções de vasos, fruteiras, geleiras, castiçais, bandejas e outras peças.

INNOVACIÓN

Ideal para la decoración de residencias, fiestas y eventos, la línea India, de Acervo Casa, es fabricada en aluminio, con tres opciones: niquelado, pulido o inoxidable. Hay varias opciones de jarros, fruteras, hieleras, candeleros, bandejas y otras piezas.

WWW.GRUPOACERVO.COM.BR

WWW.ESTOBEL.COM.BR

VERSÁTIL

Moderno, o estofado Alya é despojado por suas almofadas de encosto soltas e várias opções de modulação, permitindo que o modelo adote diversas formas; Com base de madeira, apresenta detalhe em Debrum por toda sua extensão. Há também opções de poltrona e namoradeira.

VERSÁTIL

Moderno, el sofá Alya es despojado, con los almohadones del respaldo sueltos y varias opciones de modulación, lo que permite que el modelo adopte diferentes formas. Con base en madera, presenta detalle en Debrum en toda su extensión. También hay opciones de sillón y diván.

MULTIUSO

Ideal para pequenos espaços, o bar Malbec foi desenvolvido para uma dupla função: bar e aparador. Com linhas retas e rodinhas que remetem a antigos carros-bar dos anos 40 e 50, a peça é assinada pela designer Mirela Ampezzan.

MULTIUSO

Ideal para pequeños espacios, el bar Malbec fue desarrollado para una doble función: bar y aparador. Con líneas rectas y ruedas que remiten a antiguos carros-bar de los años 1940 y 1950, la pieza está firmada por la diseñadora Mirela Ampezzan.

WWW.BONTE.COM.BR

URBANO

Composta por aparador e mesa de Jantar, a linha Kika foi inspirada em diferentes tipos de conexões, como linhas de metrô, mapa de cidades, circuitos elétricos e galhos de árvores. As peças, assinadas pela designer Daniela Ferro, da Asa Design, apresentam detalhes elegantes com linhas leves que valorizam as formas.

URBANO

Compuesta por aparador y mesa de comedor, la línea Kika ha sido inspirada en diferentes tipos de conexiones, como líneas de metros, mapas de ciudades, circuitos eléctricos y ramas de árboles. Las piezas, firmadas por la diseñadora Daniela Ferro, de Asa Design, presentan detalles elegantes con líneas suaves que valorizan las formas.

WWW.BELMETAIS.COM.BR

19ª ABIMAD ENCERRA COM BALANÇO POSITIVO DE VENDAS E VISITANTES

19ª ABIMAD ENCIERRA CON BALANCE POSITIVO DE VENTAS Y VISITANTES

Principal feira do segmento de mobiliário e acessórios de alta decoração da América Latina, a 19ª edição da ABIMAD, que aconteceu entre os dias 03 e 06 de fevereiro de 2015 no Expo Center Norte, em São Paulo(SP), reuniu os maiores fabricantes do Brasil. Ocupando três pavilhões, totalizando uma área de 54 mil m², sendo 31 mil m² de estandes, os 157 expositores apresentaram móveis e objetos de decoração de acordo com as tendências 2015. A feira confirmou as expectativas dos expositores em relação ao número de visitantes e volume de negócios gerados durante o evento. "Recebemos 22 mil visitantes, entre lojistas e profissionais do setor, tanto do Brasil como da América Latina. É um público seleto, que vem em busca de qualidade em produto, preço competitivo e prazo de entrega", explica Michel Otte, presidente da ABIMAD.

Fortalecimento de parcerias e abertura de novos showrooms e clientes proporcionaram aos expositores um volume de vendas de R$ 500 milhões durante os quatro dias de feira. "Tivemos um aumento de 10% em relação à feira de fevereiro de 2014. O setor de móveis e objetos de alta decoração cresce acima da média em relação a outros setores da economia. Estamos com a produção aquecida, mesmo em tempos de crise. Isso se deve, principalmente, ao aumento do padrão de consumo do brasileiro", explica Paulo Allemand, diretor Financeiro da ABIMAD.

De acordo Paulo Mourão, vice-presidente da Associação, a 19ª ABIMAD apresentou a excelência da produção nacional de acordo com as tendências mundiais. "A indústria moveleira brasileira cresceu nos últimos anos, investiu em maquinário e design próprio", afirma Mourão.

Principal feria del segmento de muebles y accesorios de alta decoración de América Latina, la 19ª edición de la ABIMAD, que ocurrió entre los días 03 y 06 de febrero de 2015, en la Expo Center Norte, en São Paulo (SP), reunió los más grandes fabricantes de Brasil. Ocupando tres pabellones, totalizando un área de 54 mil m2, siendo 31 mil m2 de stands, los 157 expositores presentaron muebles y objetos de decoración de acuerdo a las tendencias 2015. La feria confirmó las expectativas de los expositores en relación a la cantidad de visitantes y al volumen de negocios generados durante el evento. "Recibimos 22 mil visitantes, entre comerciantes y profesionales del sector, tanto en Brasil como de América Latina. Se trata de un público selecto, que viene en búsqueda de calidad en producto, precio competitivo y plazo de entrega", explica Michel Otte, presidente de ABIMAD.

Fortalecimiento de alianzas y abertura de nuevos showrooms y clientes proporcionaron a los expositores un volumen de ventas de R$500 millones durante los cuatro días de la feria. "Tuvieron un aumento del 10% en relación a la feria de febrero de 2014. El sector de muebles y objetos de alta decoración crece por encima del promedio en relación a los demás sectores de la economía. Tenemos la producción calentada, aun en tiempos de crisis. Eso se debe, principalmente, al aumento del estándar de consumo del brasileño", explica Paulo Allemand, director Financiero de ABIMAD.

De acuerdo a Paulo Mourão, vicepresidente de la Asociación, la 19ª ABIMAD presentó la excelencia de la producción nacional de acuerdo a las tendencias mundiales. "La industria de muebles de Brasil ha crecido en los últimos años, ha invertido en máquinas y diseño proprio", afirma Mourão.

CONVIDADOS VIPS

Como acontece em todas as edições da feira, a ABIMAD trouxe os principais lojistas de todas as regiões do Brasil, que tiveram suas despesas com passagens aéreas, estadias, alimentação e traslados, durante os quatro dias do evento, totalmente custeados pela Associação. "Os principais lojistas do país compareceram à 19ª ABIMAD, subsidiados pela associação. Além disso, com a mudança do cenário econômico e do comportamento do consumidor, investimos em regiões promissoras do mercado nacional", explica Paulo Allemand, diretor Financeiro da ABIMAD.

O investimento realizado pela ABIMAD em fortalecer parcerias e abrir novos clientes resultou em um aumento de 36% no total de convidados vips em relação à 17ª ABIMAD, que aconteceu em fevereiro de 2014. "Tivemos um aumento de 282% no número de lojistas vips do Estado de São Paulo e de 17% em outros Estados. Passamos de 538 para 729 convidados", explica Felipe Brigante, responsável pelo departamento de Inteligência de Mercado da ABIMAD.

INVITADOS VIPS

Tal como ocurre en todas las ediciones de la feria, ABIMAD trajo los principales 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 comparecieron a la 19ª ABIMAD, subsidiados por la asociación. Además, con el cambio del escenario económico y del comportamiento del consumidor, invertimos en regiones promisoras del mercado nacional", explica Paulo Allemand, director Financiero de ABIMAD.

La inversión realizada por ABIMAD en fortalecer alianzas y abrir nuevos clientes resultó en un aumento del 36% en el total de invitados vips en relación a la 17ª ABIMAD, que se realizó en febrero de 2014. "Tuvimos un aumento del 282% en la cantidad de comerciantes vips del Estado de São Paulo y del 17% en otros Estados. Pasamos de 538 a 729 invitados", explica Felipe Brigante, responsable por el departamento de inteligencia de Mercado de ABIMAD.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Além dos lojistas, arquitetos e decoradores de todos os Estados brasileiros que visitaram a feira da ABIMAD, a 19ª edição contou com a presença de dezenas de importadores de países da América Latina, cuja vinda também foi subsidiada pela Associação, através do projeto ABIMAD Export. "O projeto visa apresentar e promover no exterior, as empresas associadas. Nosso principal objetivo envolve prospectar empresas importadoras, que tenham interesse em comprar produtos brasileiros. O projeto disponibiliza ainda, uma consultoria completa aos associados, oferecendo orientação e desenvolvendo um perfil exportador para cada membro. Os associados também podem contar com as nossas pesquisas de mercado que buscam demonstrar a capacidade de compra dos países selecionados e uma lista completa dos seus principais compradores", explica Joelma Lúcia da Silva, do departamento Internacional da ABIMAD. A 19ª edição teve a participação de lojistas dos seguintes países: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Porto Rico e República Dominicana.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Además de los comerciantes, arquitectos y decoradores de todos los Estados brasileños que visitan la feria de ABIMAD, la 19ª edición contó con la presencia de decenas de importadores de países de América Latina, cuya venida tuvo el subsidio de la Asociación, por medio del proyecto ABIMAD Export. "El proyecto busca presentar y promover en el exterior, las empresas asociadas. Nuestro principal objetivo involucra prospectar empresas importadoras, que tengan interés en comprar productos brasileños. El proyecto también coloca a disposición una consultoría completa para los asociados, con orientación y desarrollo de un perfil exportador para cada miembro. Los asociados también pueden contar con nuestras investigaciones de mercado, que buscan demostrar la capacidad de compra de los países seleccionados y una lista completa de sus principales compradores", explica Joelma Lúcia da Silva, del departamento Internacional de ABIMAD. La 19ª edición contó con la presencia de comerciantes de los siguientes países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Puerto Rico y República Dominicana.

CAMPANHA

Desenvolvido por Rafael Magno, do departamento de Marketing da ABIMAD, o tema da campanha da 19ª edição da foi "Mergulhe na alta decoração". Ao entrar no pavilhão, o visitante "mergulhou" no universo da alta decoração, em diferentes estilos e conceitos apresentados durante a feira. "A feira da ABIMAD é o ponto de referência na América Latina quando se fala em alta decoração, direcionando as tendências do setor. Mergulhar no mundo "ABIMAD" é descobrir um mix de produtos que atendem a toda a cadeia lojista", explica Paulo Mourão, vice-presidente da Associação. Além da comunicação visual de todo o pavilhão do Expo Center Norte, a campanha foi veiculada em peças para internet, e-mails marketing, redes sociais e anúncios nas principais revistas do setor voltadas para o mercado de alta decoração.

CAMPAÑA

Desarrollado por Rafael Magno, del Departamento de Marketing de ABIMAD, el tema de la campaña de la 19ª edición fue "Sumérjase en la alta decoración". Al entrar en el pabellón, el visitante "se sumergió" en el universo de la alta decoración, en diferentes estilos y conceptos presentados durante la feria. "La feria de ABIMAD es el punto de referencia en América Latina cuando se piensa en alta decoración, direccionando las tendencias del sector. Sumergirse en el mundo "ABIMAD" es descubrir una mezcla de productos que atienden a toda la cadena del comercio", explica Paulo Mourão, vicepresidente de la Asociación. Además de la comunicación visual de todo el pabellón del Expo Center Norte, la campaña abarcó piezas de internet, correo electrónico de marketing, redes sociales y avisos en las principales revistas del sector direccionadas al mercado de alta decoración.

INFRAESTRUTURA

Característica de todas as feiras da ABIMAD, a megaestrutura montada ofereceu aos visitantes e expositores o máximo de conforto e praticidade. Entre as novidades, a 19ª ABIMAD disponibilizou gratuitamente internet wi-fi em todo o pavilhão de exposições. Pela primeira vez, além da praça de alimentação com diversas opções de restaurantes, a feira instalou food-trucks, veículos customizados para a comercialização de alimentos e bebidas, em pontos estratégicos do pavilhão. "Proporcionamos uma alternativa para almoço ou lanche rápido que agradou os visitantes", explica Patrícia Linhares de Souza, gerente Executiva da ABIMAD. Nas praças, dispostas em pontos estratégicos dos pavilhões, foram montados quiosques de água, café e massagem, oferecidos gratuitamente, além das tradicionais rodadas de espumante servidos ao final de cada dia. "As praças são locais para um momento de descontração e uma oportunidade de encontrar parceiros e concretizar negócios", diz Patrícia. A revista HALL contou com um estande próprio, apresentando aos profissionais do setor sua mais recente edição.

INFRAESTRUCTURA

Características de todas las ferias de ABIMAD, la megaestructura montada le ofreció a los visitantes y expositores el máximo de comodidad y practicidad. Entre las novedades, la 19ª ABIMAD colocó a disposición gratuitamente internet wi-fi en todo el pabellón de exposiciones. Por primera vez, además de la plaza de alimentación con varias opciones de restaurantes, la feria instaló food-trucks, vehículos personalizados para la venta de alimentos y bebidas, en puntos estratégicos del pabellón. "Ofrecemos un alternativa para el almuerzo o meriendas rápidas que agradó a los visitantes", explica Patricia Linhares de Souza, gerente Ejecutiva de ABIMAD. En los patios, colocados en puntos estratégicos de los pabellones, se armaron quioscos de agua, café y masaje, que se ofrecían gratuitamente, además de las tradicionales ruedas de espumante servidos al final de cada día. "Los patios son lugares para un momento de distención y una oportunidad para encontrar alianzas y concretar negocios", dice Patricia. La revista HALL contó con un stand propio, que le presentaba a los profesionales del sector su más reciente edición.

SUSTENTABILIDADE

Para incentivar o descarte responsável dos materiais utilizados na montagem e desmontagem dos estandes, a ABIMAD, em parceria com a Anca (Agência Nacional de Consultoria Ambiental),promoveu um trabalho de reciclagem de resíduos. Durante a feira foram reciclados lona plástica (bagum), carpete, madeira, plástico, papelão e metais em geral. "Foram retiradas 19 caçambas de material para reciclagem. Além da redução de custos, promovemos a conscientização e educação ambiental entre os expositores", afirma José Lúcio Aragão, coordenador das feiras da ABIMAD.

SUSTENTABILIDAD

Para incentivar el descarte responsable de los materiales utilizados en el montaje y el desmontaje de los stands, BIMAD, en alianza con Anca (Agencia Nacional de Consultoría Ambiental), promovió un trabajo de reciclaje de desperdicios. Durante la feria se reciclaron lona plástica (bagum), moquetas, madera, plástico, cartón y materiales en general. "Se retiraron 19 volquetas de material para reciclaje. Además de la reducción de costos, promovimos la concientización y educación ambiental", explica José Lúcio Aragão, Coordinador de las ferias de ABIMAD.

FOTOS: BETO SPEEDEN / ABIMAD

CURTA NOSSAS FANPAGES!

HALL ABIMAD

REVISTA HALL

FACEBOOK.COM/REVISTAHALL

ABIMAD

FACEBOOK.COM/FEIRAABIMAD

abimad

THE BEST IN SHOW

FOTOS: BETO SPEEDEN

A CONVITE DA REVISTA HALL ABIMAD, DOIS PROFISSIONAIS DO SETOR DE DECORAÇÃO VISITARAM A 19ª EDIÇÃO DA FEIRA ABIMAD E ELEGERAM SEUS PRODUTOS PREFERIDOS. CONFIRA QUEM SÃO E QUAIS AS PEÇAS SELECIONADAS POR CADA UM DELES.

INVITADOS POR LA REVISTA HALL ABIMAD, DOS PROFESIONALES DEL SECTOR DE DECORACIÓN VISITARON LA 19ª EDICIÓN DE LA FERIA ABIMAD Y ESCOGIERON SUS PRODUCTOS PREFERIDOS. VEA QUIÉNES SON Y CUÁLES FUERON LAS PIEZAS SELECCIONADAS POR CADA UNO DE ELLOS.

FOTO: HUDSON CAVALCANTI / ABIMAD

PAULO NIEMEYER

WWW.NIEMEYERARQUITETURA.COM

Arquiteto, urbanista e designer de móveis, Paulo Sérgio Niemeyer Makhohl é filho do casal de arquitetos Walter Makhohl e Ana Elisa Niemeyer, neta do grande inventor do conjunto da Pampulha e dos principais edifícios públicos de Brasília, Oscar Niemeyer. Único bisneto formado em arquitetura, Paulo trabalhou no Memorial da América Latina com o bisavô e atua desde 1999 com escritório próprio no Rio de Janeiro, o Niemeyer Arquitetos Associados.

Arquitecto, urbanista y diseñador de muebles, Paulo Sérgio Niemeyer Makhohl es hijo de la pareja de arquitectos Walter Makhohl y Ana Elisa Niemeyer, nieta del gran idealizador del conjunto de Pampulha y de los principales edificios de Brasilia, Oscar Niemeyer. Único bisnieto graduado en arquitectura, Paulo trabajó en el Memorial de América Latina con su bisabuelo y desde 1999 actúa en su estudio propio, en Río de Janeiro, el estudio Niemeyer Arquitetos Associados.

JOÃO MANSUR

WWW.JOAOMANSUR.COM

Formado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade Santa Úrsula (FAUSU), Rio de Janeiro, João Mansur tem escritório de arquitetura, design de interiores e consultoria de arte em São Paulo, com filial em New York. Geometrismos, simetrias e proporções são a tônica de seu trabalho. Eterno mercador de artes, viajante e pesquisador, com critério e olhar apurado nas referências do passado e da vanguarda, Mansur sempre pontuou seus projetos de arquitetura e interiores com personalização e customização de mobiliário e objetos. Já desenvolveu diversas linhas para importantes fabricantes no Brasil. Seu estilo se adequa à qualquer ambiente, desde o mais clássico e sofisticado, ao mais contemporâneo e vanguardista.

Formado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade Santa Úrsula (FAUSU), Rio de Janeiro, João Mansur tem escritório de arquitetura, design de interiores e consultoria de arte em São Paulo, com filial em New York. Geometrismos, simetrias e proporções são a tônica de seu trabalho. Eterno mercador de artes, viajante e pesquisador, com critério e olhar apurado nas referências do passado e da vanguarda, Mansur sempre pontuou seus projetos de arquitetura e interiores com personalização e customização de mobiliário e objetos. Já desenvolveu diversas linhas para importantes fabricantes no Brasil. Seu estilo se adequa à qualquer ambiente, desde o mais clássico e sofisticado, ao mais contemporâneo e vanguardista.

01. Wharehouse
02. 6F Decorações
03. Ethnix
04. Germânia
05. Minuano
06. Modali
07. Nusa Dua
08. Ribeiro e Pavani
09. Sarquis Samara
10. Studio Casa
11. Urban

07
FRANCE II

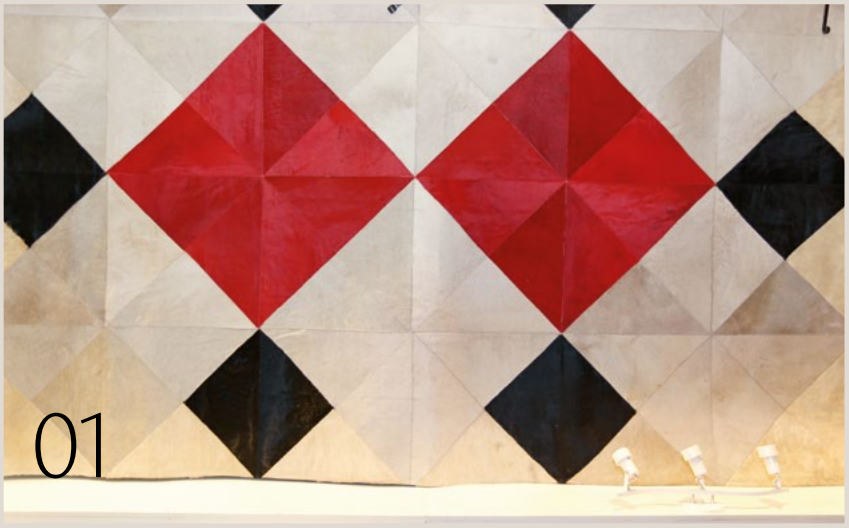
08

10

09

11

01. Empório Tapetes
02. Feeling Estofados
03. Milênio Home
04. New Way
05. Roncali
06. Bel Metais
07. Bonté
08. Butzke
09. CGS Móveis
10. Doimo



06

07

08

09

10

TENDÊNCIAS

TENDENCIAS

Principais tendências apresentadas pelos expositores durante a 19ª ABIMAD.

Principales tendencias presentadas por los expositores durante la 19ª ABIMAD.

WHAREHOUSE

ARTEFAMA MÓVEIS

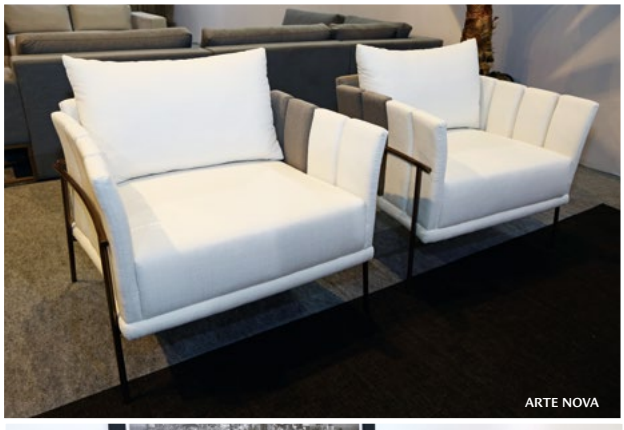
ANA VERONA

BONTÉ

2A CERÂMICA

ACERVO CASA

6F DECORAÇÕES


ARTE NOVA

ARTIMAGE

ARTECOURO

BARROCA ALMOFADAS

BELA FLOR

BEL METAIS

URBAN

BELL'ARTE

BELLA ILUMINAÇÃO

DAF MOBILIÁRIO

CAMACÃ DESIGN

FEELING

D'ANGELIS

CORES DA TERRA

ESSENZA

CRISTAIS DI MURANO

ELEGANT SOLUTIONS

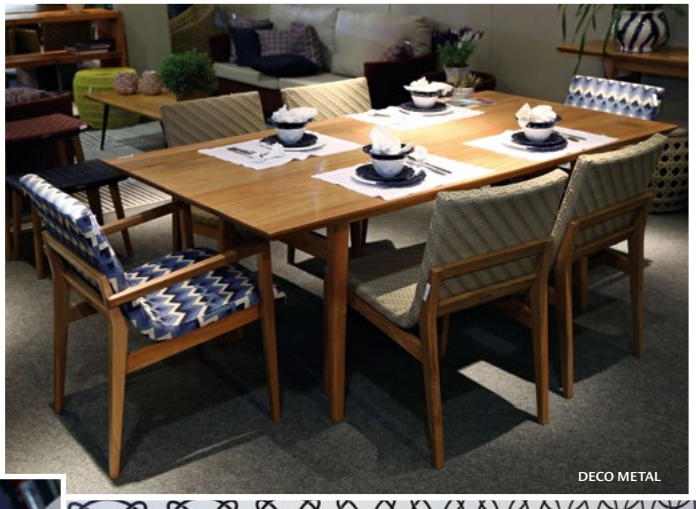
DECORARE TÊXTIL

CRISTALEIRA SAN CARLOS

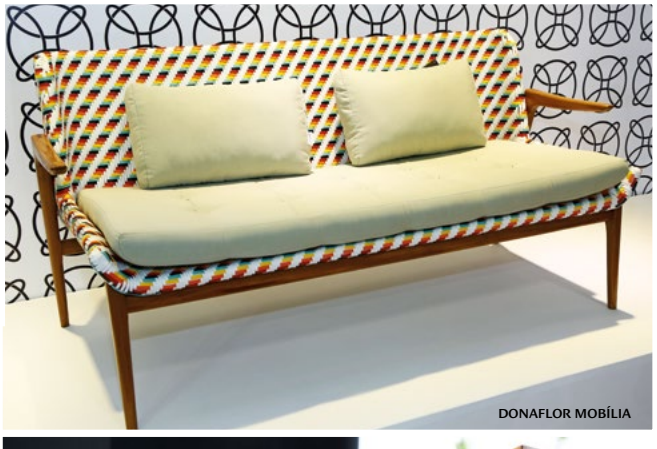
CGS MÓVEIS

DALL MÓVEIS

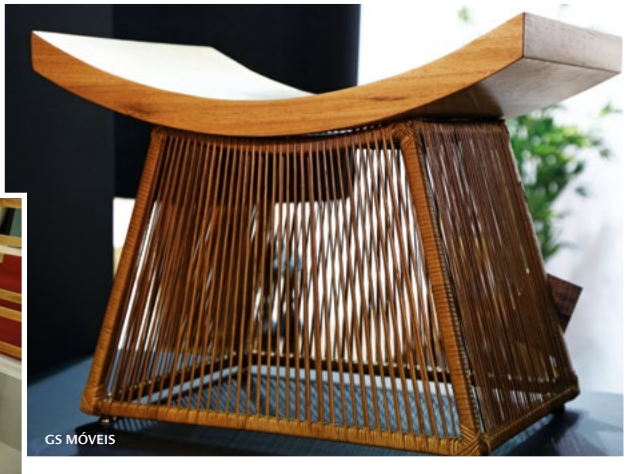
BUTZKE


DECO METAL

CASALECCHI


DONAFLOR MOBÍLIA

ESTOBEL

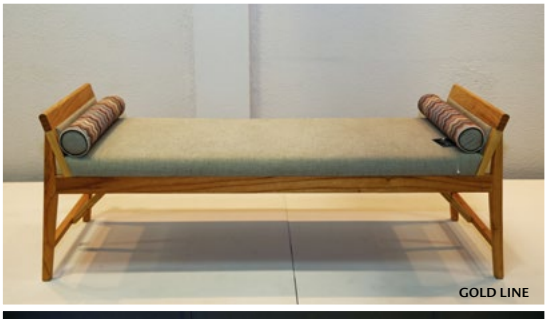

GS MÓVEIS

ESTOFADOS JARDIM

ENELE

DOIMO

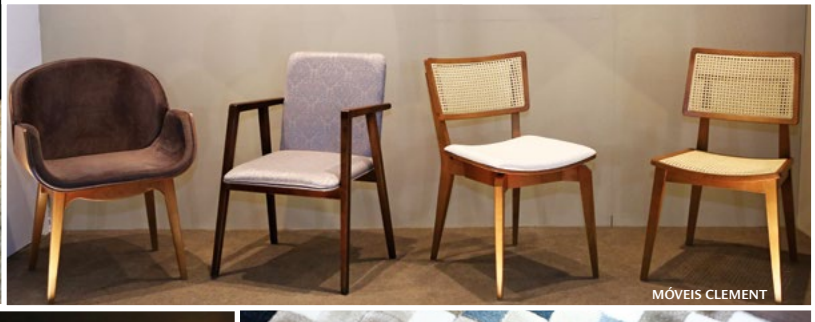
FORMANOVA


GOLD LINE

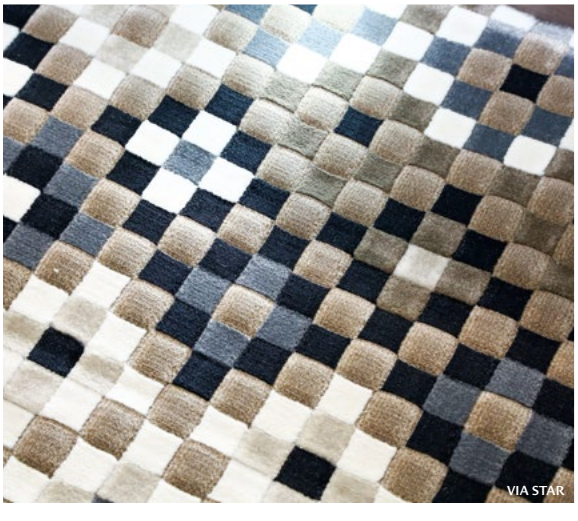
LES COUSSINS

KIRIUS

MEMPRA


MÓVEIS CLEMENT

MINUANO


VIA STAR

MÓVEIS IRIMAR

RONCALI

NEW WAY

RIVATTI

P&C ARTEMOBILI

STUDIO CASA

SV MÓVEIS

TOK GLASS

FOTOS: HUDSON CAVALCANTI / ABIMAD

PELOS CORREDORES DA 19ª ABIMAD

POR LOS PASILLOS DE LA 19ª ABIMAD

Confira quem passou pelos corredores da 19ª edição da feira ABIMAD.
Entérate de quienes han circulado por los pasillos de la 19ª edición de la feria ABIMAD.

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

01. Adneide Pesqueira e Daniele Alonso Fernandes (Marília-SP) **02.** Daniel e Adriana Bauer (Germânia) **03.** Alamir Clement (Móveis Clement) e Bruno Faucz (designer)
04. Cássio Munhoz (Rudnick) **05.** Guilherme Gomes e Elisabeth Ferrarini do Amaral (Tapetes São Carlos) **06.** Emiliana Gabriela Pereira e Gizeuda Silva (Souza-PB)
07. Cristina Lima e Daniele Lima Ferreira (Curitiba-PR) **08.** Eduardo Mourão (Studio Casa) e João Mansur **09.** Edna Mantovani Ferracine e Robson José Ferraccine (Bebedouro-SP)
10. Carlos Alberto Werb e Guilherme Tissot (Tissot)

FOTOS: BETO SPEEDEN / HUDSON CAVALCANTI

11

12

13

14

15

16

17

18

20

19

11. Carlos Eduardo da Silva, Leandro Minuzzi e Patrícia Zucchi (Tafona) **12.** Catiane Bau, Marileia de Marco, Morgana Turazzi, Claudia Damiani e Fabio Kersch (Tumar) **13.** Giovanni e Edson Durigan (Desigan) **14.** Equipe ABIMAD **15.** John Lu (China Shopping) **16.** Equipe Bel Metais Flávio Stahelin, Samantha Machado, Rose Meri Soares, Daniela Ferro (Asa Design), Diego Soares,Thiago Bertochi e Maurício Hastreiter **17.** Hércio José Tajtelbaum (Artimage) **18.** Jordi Puig (arquiteto Peru) **19.** Joelma Silva (ABIMAD), Elena Tsuquiashi (Peru) e Erik Fiuza (ABIMAD) **20.** Cassiano Massoni, Josiane Laurindo, Eloi Lemos Correa, Bruna Parizzi e Gustavo Zanuz

21. Vinicius e Rossana Simonato (Nusa Dua) **22.** Equipe By Art Design **23.** Equipe Home Collection **24.** Jorge Cardenal (Peru), Silvana Lopez (Equador), Ana Maria Zuluaga (Colômbia) e Eduardo Adams (Rep. Dominicana)
25. Maria Eugênia Cerqueira e Sissa Putz (Elegant Solutions) **26.** Maria Betânia Delgado Guerini e Fabiano Andrade Guerini (Volta Redonda-RJ) **27.** Mariolita e Vianei Almicare Zappellini (Móveis Irimar)
28. Marcelo Ligieri (Doimo) **29.** Mabel Lisboa, Carolina Neves, Rozangela Silva, Selma Calheira (Cores da Terra) e Ricardo Mangold (ABIMAD)

FOTOS: BETO SPEEDEN / HUDSON CAVALCANTI

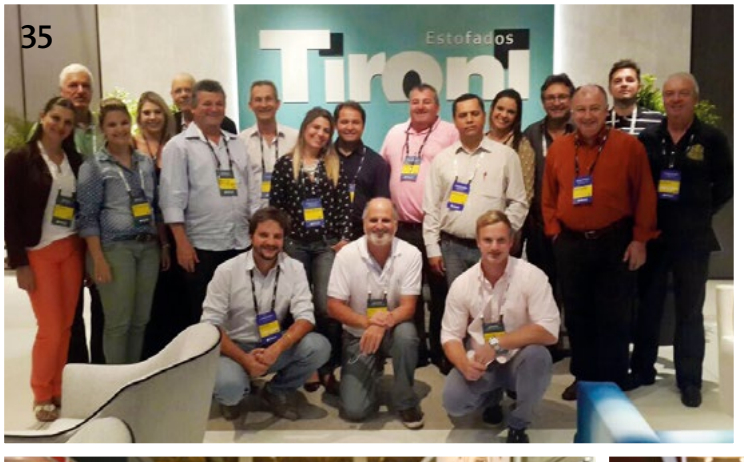
30

31

32

33

34



35

36

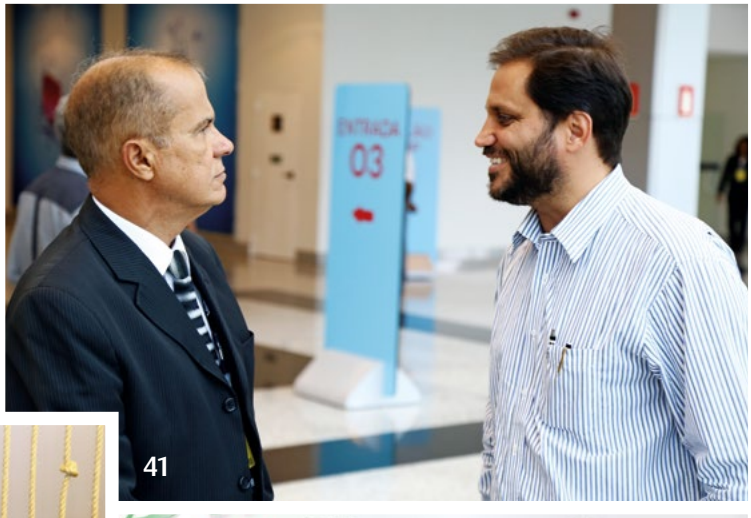
37

38

30. Laércio Coelho (Feeling Estofados) **31.** Juarez Luiz Martello e Evandro Valiati de Dea (Móveis Bonté) **32.** Hadriani de Paiva Fernandes e Valdemar Fernandes Junior (Deco Metal)
33. Lucas Cunha, Luciana Moreno de Gusmão e Walker Coutinho Cunha (Decorare) **34.** Equipe Universum **35.** Equipe Estofados Tironi (Foto Divulgação)
36. Luciane Hernandes da Cruz (Formline) **37.** Lucimeire e José Francisco Seviolli (Birigui-SP) **38.** Luiza, Jaime, Letícia e Felipe Pfutzenreuter (Móveis James)

39

40


41

42

43

44

45

46

39. Odete Cavalli e Marcos Paulo Cavalli (Di Murano Cristais) **40.** Paulo Mourão (Vice-presidente da ABIMAD) e Ademar Castro Nascimento (Casa Design)
41. Paulo Allemand (Diretor Financeiro ABIMAD) e Paulo Sergio Niemeyer Makhohl (arquiteto) **42.** Marlene Maluf Martins, Francisco Marcos Martins (Grupo Arte Nova) e Patrícia Linhares (Genrete Executiva ABIMAD)
43. Michel Otte (Presidente da ABIMAD), o designer Paulo Alves e Guido Otte (Butzke) **44.** Patrícia Linhares (Gerente Executiva ABIMAD) e José Lúcio Aragão (Coordenador Feiras ABIMAD)
45. Leonardo Yenne (Buchara) **46.** Paula C. Schroeder e Rubia Purin (Butzke)

FOTOS: BETO SPEEDEN / HUDSON CAVALCANTI

47

48

49

50

51

52

53

54

55

47. Valdecir e Valmir Mazzotti (Cerâmica Mazzotti) **48.** Thomas Otte (Butzke), Paulo Sergio Niemeyer Makhohl e Cristiane de Camargo Barros **49.** Rebecca Boaventura e Marina Otte (Butzke) **50.** Sig Bergamin, Mira e Marcelo Felmanas (6F Decorações) **51.** Renata Aguiar Rocha Nunes e Marcus Antonio Nunes (São Caetano do Sul-SP) **52.** Rita e Paulo Mourão (Vice-presidente ABIMAD) **53.** Taline Reinert e Tânia Sabino (Jaraguá do Sul-SC) **54.** Renato Polo (Designer) **55.** Vanessa e Betina Derenj (Tok Glass)

JANTAR DOS IMPORTADORES

CENA DE LOS IMPORTADORES

Na semana de abertura da 19ª edição da feira ABIMAD, o Departamento Internacional da Associação promoveu para os importadores dois jantares de boas-vindas no hotel Holiday Inn Parque Anhembi, em São Paulo. O evento apresentou, aos cerca de 100 convidados, a diretoria da ABIMAD e os associados que fazem parte do Projeto ABIMAD Export, que promove empresas associadas no exterior e prospecta importadores de móveis e objetos de decoração da América Latina. A vinda dos lojistas à 19ª edição da feira, subsidiada pela Associação, contou com a presença dos seguintes países: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Porto Rico e República Dominicana.

O programa ABIMAD Export, que possui 26 empresas associadas, orienta e incentiva o desenvolvimento de um perfil exportador, além de fornecer informações úteis que viabilizem a exportação dos produtos brasileiros para o exterior.

Durante la semana de apertura de la 19ª edición de la feria ABIMAD, el Departamento Internacional de la Asociación ha organizado para los importadores dos cenas de bienvenidas en el hotel Holiday Inn Parque Anhembi, en São Paulo. El evento les presentó a los cerca de 100 invitados la dirección de ABIMAD y los asociados que forman parte del Proyecto ABIMAD Export, que promueve las empresas asociadas en el exterior y prospecta a importadores de muebles y objetos de decoración de América Latina. La llegada de los comerciantes a la19ª edición de la feria fue subsidiada por la Asociación y contó con la presencia de los siguientes países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Puerto Rico y República Dominicana.

El programa ABIMAD Export, que abarca 26 empresas asociadas, orienta e incentiva el desarrollo de un perfil exportador, además de brindar informaciones útiles que faciliten la exportación de los productos brasileños al exterior.

01

02

03

04

01. ALFREDO ALVAREZ CARDONA (PORTO RICO), FLÁVIA REGIANE SAVIOLI (MÓVEIS JAMES), JULIANA SILVA (MÓVEIS JAMES), EDUARDO MORAES (PREMA FURNITURE) E MARCOS COELHO (VOLER)
02. BRUNO LORCA (LORCA FURNITURE), FERNANDO VASQUES (ARTE NOVA), KARINA BOTELHO (TRADE ROUTE), JULIANA SILVA (MÓVEIS JAMES), KARLA COLPO (TRADE ROUTE) E SILVANA LOPEZ (EQUADOR)
03. GUILHERME GOMES E RAFAEL ORBETELLI (TAPETES SÃO CARLOS), ERIK FIUZA (ABIMAD) E ROBERTO JAMES HERRMANN (MÔNACO TAPETES)
04. INGRID SANDEN (PERU), ERIK FIUZA (ABIMAD), RUBIA PURIN (BUTZKE) E ELENA TSUQUIASHI (PERU)

05

06

07

08

09

10

11

12

FOTOS: BETO SPEEDEN

05. JUAN BLUMSTEIN (URUGUAI), ESTELLA ZINEMANAS, ALBERTO DE GIUDA, FLAVIA FERRINI (PERU), BRUNO ALLEMAND (TREND ASSESSORIA) E RAYZULI CAMPOS (BOLÍVIA)
06. JONAS KLEIN E DIEGO DE JESUS (SALVATORE MINUANO) **07.** JULIO SANTOS E MURILO AZEVEDO (JOWANEL) E ROBSON SANTOS (GREEN HOUSE)
08. CLOVIS PIRES, JOELMA SILVA (ABIMAD), MAURICIO PERELLO (REP. DOMINICANA) **09.** JULIO MATURANA (CHILE), GIOVANY BISCAIA (CGS MÓVEIS) E GUILLERMO VASQUEZ (CHILE)
10. MARCELA LANDIVAR E MARIA ELENA BUSSO (BOLÍVIA) E JOELMA SILVA (ABIMAD) **11.** MARCELO VIANA E JULIO HENRIQUE OLIVEIRA (SIR DESIGN)
12. MAURO MARTIGNONE (TREND ASSESSORIA INTERNACIONAL), MARIA CINTYA ROCA STEINBACH DE PAZ E ALEJANDRA ROCA (BOLÍVIA) E BRUNO ALLEMAND (TREND ASSESSORIA INTERNACIONAL)

13

14

15

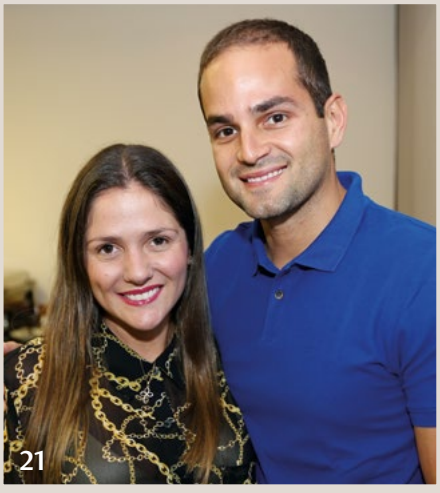
16

17

18

19

20


21

FOTOS: BETO SPEEDEN

13. PAULO ALLEMAND (DIRETOR FINANCEIRO DA ABIMAD), ROBERTO JAMES HERRMANN (MÔNACO TAPETES) MICHEL OTTE (PRESIDENTE DA ABIMAD) E JAIME PFUTZENREUTER (MÓVEIS JAMES)
14. VIVIAN SOUZA (RUDNICK) RONI JOCHEM (RUDNICK), JAIME PFUTZENREUTER (MÓVEIS JAMES), JULIANA SILVA (MÓVEIS JAMES), AROLDO JELLER (RUDNICK)
15. PAULA SCHROEDER E RUBIA PURIN (BUTZKE), THAYSE FREIBERGER E CRYSTIAN FREIBERGER (BELL'ARTE) BRUNO ALLEMAND E MAURO MARTIGNONE (TREND ASSESSORIA)
16. PAULA SCHROEDER (BUTZKE), JOSEANE ANGELINO STURMER (URUGUAI) E RUBIA PURIN (BUTZKE) **17.** MARCELO WANSCHELBAUM (ARGENTINA) E JORGE WIERNER (URUGUAI)
18. RICARDO MANGOLD (ABIMAD) E JOELMA SILVA (ABIMAD) **19.** ROBSON SANTOS E ANA LOPES (GREEN HOUSE) **20.** MARY LENNY SUÁREZ E SHARON DENISSE VIERA (BOLÍVIA)
21. MARIELA ASIN E JAVIER HERRERA (BOLÍVIA)

A ABIMAD AGRADECE A PRESENÇA DOS PROFISSONAIS DO SETOR MOVELEIRO DE ALTA DECORAÇÃO QUE FIZERAM DESTA 19ª EDIÇÃO DA FEIRA MAIS UM SUCESSO.

CONFIRA NOSSA PRÓXIMA EDIÇÃO!

20ª abimad
a arte de vender tendências

DATA: 27 A 30 DE JULHO DE 2015
HORÁRIO: DIAS 27 A 29 DAS 10H ÀS 19H
DIA 30 DAS 10H ÀS 17H
(ÚLTIMO DIA CREDENCIAMENTO ATÉ ÀS 12H)
LOCAL: EXPO CENTER NORTE

www.abimad.com.br

Local EXPO CENTER NORTE CENTRO DE EXPOSIÇÕES E CONVENÇÕES

Realização abimad

VITRINE DE LUXO
VITRINA DE LUJO

SOFISTICAÇÃO

Modernidade e elegância marcam os novos modelos de óculos de sol da Salvatore Ferragamo. O arredondado SF766S apresenta estilo sofisticado e destaca-se pela feminilidade. A peça distingue-se pela composição de diferentes tons presentes na parte frontal da armação e pelo estilo geométrico, que dá ao modelo uma característica luxuosa, casual e elegante. Disponível em preto, havana, creme e amarelo-ouro.

SAC 0800-707-1516

SOFISTICACIÓN

Modernidad y elegancia marcan los nuevos modelos de gafas de sol de Salvatore Ferragamo. La redondeada SF766S presenta estilo sofisticado y se destaca por la femineidad. La pieza se distingue por la composición de diferentes tonalidades presentes en la parte frontal de la armazón y por el estilo geométrico, que le confiere al modelo una característica lujosa, casual y elegante. Disponible en negro, habano, crema y amarillo-oro.

CHARME

O designer francês Christian Louboutin se inspirou nos arcos da Galeria Vérot-Dodat, em Paris, para criar a bolsa Passage, nome também pela qual é conhecida esta passagem coberta onde ficam as lojas, o ateliê e os escritórios da marca. A alça da bolsa conta com flash esmaltado de vermelho, uma discreta alusão ao característico solado dos luxuosos sapatos Louboutin. Ela pode ser usada com os arcos abaixados e alça na transversal ou com eles levantados servindo de alças de mão.

ELEGANCIA

El diseñador francés Christian Louboutin se inspiró en los arcos de la Galería Vérot-Dodat, en París, para crear la cartera Passage, nombre también por el cual se conoce ese pasaje cubierto donde están ubicadas las tiendas, el taller y las oficinas de la marca. El asa de la cartera cuenta con flash esmaltado en rojo, una discreta alusión a la suela característica de los lujosos zapatos Louboutin. Puede ser usada con los arcos hacia abajo y asa en la transversal o con ellos levantados, sirviendo de asas de mano.

TEL.: +55 11 3071-4175

BOTÂNICA

Tema recorrente de suas criações, a natureza é fonte inesgotável de inspiração para a designer de joias Carla Amorim, que reuniu referências de suas plantas e flores prediletas para criar 25 peças que reproduzem formas, volumes e cores de espécies como a Helicônia, Hosta, Tulipa, Costela de Adão, Rosário, broto de samambaia, entre outros. As joias são feitas em ouro, diamantes, safiras, esmeraldas, turmalinas da Paraíba e tsavoritas.

WWW.CARLAAMORIM.COM.BR

BOTÁNICA

Tema recurrente de sus creaciones, la naturaleza es fuente permanente de inspiración para la diseñadora de joyas Carla Amorim, que reunió referencias de sus plantas y flores predilectas para crear 25 piezas que reproducen formas, volúmenes y colores de especies como la Heliconia, Hosta, Tulipa, Cerimán, Rosario, brote de helecho, entre otras. Las joyas son elaboradas en oro, diamantes, zafiros, esmeraldas, turmalinas de Paraíba y tsavoritas.

DESPOJADO

A grife de luxo britânica Burberry apresentou, no parque Kensingnton Gardens, em Londres, a coleção feminina Outono/Inverno 2015, intitulada "Patchwork, Pattern & Prints". Com destaque para franjas e prints, a coleção foi inspirada no estilo boho (abreviatura de boêmio em inglês - bohemian), que é uma mistura de vários estilos, entre o étnico, o hippie, o vintage, o punk, e surgiu na Inglaterra em 2003.

DISTENDIDO

La marca de lujo británica Burberry presentó, en el parque Kensingnton Gardens, en Londres, la colección femenina Otoño/Invierno 2015, llamada "Patchwork, Pattern & Prints". Con destaque para los flecos e imágenes, la colección se inspiró en el estilo boho (abreviatura de bohemio en inglés -bohemian), que es una mezcla de varios estilos, entre elétnico, el hippie, el vintage, el punk; y que surgió en Inglaterra en 2003.

BR.BURBERRY.COM

TEL.: +55 11 3152-6640

TRADIÇÃO

Modelo icônico da coleção da relojoaria Jaeger-LeCoultre, o Reverso foi desenvolvido no início da década de 1930 para jogadores de polo que queriam proteger o cristal de seus relógios. Com silhuetas geométricas, inspiradas no movimento Art Deco, os modelos apresentam uma caixa giratória que escondem o mostrador, deixado aparecer apenas o metal, que pode ser personalizado com as iniciais do cliente, monogramas ou imagens. Na foto, o modelo Lady Ultra Thin, com caixa e pulseira em ouro rosa e aço inoxidável.

TRADICIÓN

Modelo ícono de la colección de la relojería Jaeger-LeCoultre, Reverso fue desarrollado en el inicio de la década de 1930 para jugadores de polo que deseaban proteger el cristal de sus relojes. Con imágenes geométricas, inspiradas en el movimiento Art Deco, los modelos presentan una caja giratoria que esconde el exhibidor, dejando apenas visible el metal, que puede ser personalizado con las iniciales del cliente, monogramas o imágenes. En la foto, el modelo Lady Ultra Thin, con caja y pulsera en oro rosado y acero inoxidable.

BELEZA

A marca francesa ROC® está lançando uma completa linha de tratamento anti-idade com 10 produtos divididos em cinco plataformas: Pro-Renove, Pro-Correct, Pro-Sublime, Pro-Define e Pro. O destaque da linha anti-idade é a plataforma Pro-Renove que possui a exclusiva tecnologia HEXINOL™, que atua um passo antes do envelhecimento, pois reequilibra o funcionamento das células, retardando o processo de amadurecimento da pele e atenuando os sinais que já estão instalados.

BELLEZA

La marca francesa ROC® está lanzando una línea completa de tratamiento antiedad con 10 productos, repartidos en cinco plataformas: Pro-Renove, Pro-Correct, Pro-Sublime, Pro-Define y Pro. El destaque de la línea antiedad es la plataforma Pro-Renove que cuenta con exclusiva tecnología HEXINOL™, que actúa un paso antes del envejecimiento, pues reequilibra el funcionamiento de las células, retardando el proceso de maduración de la piel y suavizando las marcas que ya se están instalando.

WWW.JNJBRASIL.COM.BR

VOYAGE

A nova linha de malas Fairval, da francesa Longchamp, apresenta design caracterizado por uma textura em relevo em tons monocromáticos. A coleção, disponível em três tamanhos, tem revestimento rígido em policarbonato ultra leve, rodinhas multidirecionais, alça retrátil, zíper de contorno completo e trava de segurança. Internamente, o revestimento é acetinado e o acabamento em couro preto.

TEL.: + 55 11 3552-1555

VOYAGE

La nueva línea de maletas Fairval, de la marca francesa Longchamp, presenta diseño caracterizado por una textura en relieve en tonalidades monocromáticas. La colección, disponible en tres tamaños, cuenta con revestimiento rígido en policarbonato ultra liviano, ruedas multidireccionales, asa retráctil, cierre de contorno completo y traba de seguridad. En el interior, el revestimiento es satinado y la terminación elaborada en cuero negro.

SAC 0800 772 55 00

PÉTALAS

Roses, a nova fragrância da Casa Chloé criada pelos perfumistas Michel Almairac e Mylène Alran, combina a rosa fresca com o Almíscar branco. Frescor, delicadeza e ternura são as sensações despertadas pelas notas de Bergamota, Rosa da Damascena, Magnólia e Âmbar que completam a fragrância. A embalagem é produzida em vidro canelado com detalhes em prata, retocada por uma tampa transparente, enlaçada com uma fita rosa.

PÉTALAS

Roses, el nuevo aroma de Casa Chloé creada por los perfumistas Michel Almairac y Mylène Alran, combina la rosa fresca con el Almizcle blanco. Frescor, delicadeza y ternura son las sensaciones que se despiertan por la presencia de Bergamota, Rosa de Damasco, Magnolia y Ámbar, que completan el aroma. El embalaje es elaborado en cristal acanalado con detalles en plata, retocado por una tapa transparente y rodeado por una cinta rosada.

DESAFIO

Com design inovador, o relógio Diamond Punk, da relojoaria suíça Audemars Piguet, tem 56 facetas piramidais incrustadas por 7.848 diamantes. Por baixo de uma tampa deslizante, revela-se o mostrador, cravejado com mais de 300 diamantes.

RETO

Con diseño innovador, el reloj Diamond Punk, de la relojería suiza Audemars Piguet, cuenta con 56 facetas piramidales incrustadas por 7.848 diamantes. Por debajo de una tapa deslizante, se revela el exhibidor, engastado con otros 300 diamantes.

WWW.AUDEMARSPIGUET.COM

WWW.LEXUSNX.COM.BR

ESPORTIVO

A Lexus lança a linha NX 200t, primeiro SUV compacto da marca de luxo da Toyota. As linhas remetem a uma carroceria multidimensional, esculpida em forma de diamante, a partir de uma peça de metal única, soldada a laser, com utilização de aço e alumínio de alta resistência. Inspirado em esportivos de alta performance, o NX é equipado com o inédito motor 2.0L turboalimentado com injeção direta, acelera de 0 a 100 km/h em 7,2 segundos, rende 238 cv de potência e apresenta baixo consumo de combustível, com média combinada de 9,2 km/l.

DEPORTIVO

Lexus lanza la línea NX 200t, primer SUV compacto de la marca de lujo de Toyota. Las líneas remiten a una carrocería multidimensional, dibujada en forma de diamante, a partir de una pieza de metal única, soldada a laser, con empleo de acero y aluminio de elevada resistencia. Inspirado en deportivos de elevado desempeño, NX está equipado con el inédito motor 2.0L turboalimentado con inyección directa, acelera de 0 a 100 km/h en 7,2 segundos, rinde 238 cv de potencia y presenta bajo consumo de combustible, con promedio combinado de 9,2 km/l.

CICLISMO

Considerada a mais leve no mundo, a bicicleta Émonda, da Trek, chega ao Brasil em doze modelos, sendo o mais leve, com 4,65kg. Para obter este peso a empresa utiliza a tecnologia de carbono OCLV (Optimum Compaction Low Void). O nome Émonda é um anagrama do nome dos demais modelos consagrados da marca: Domane e Madone. Além disso, a palavra deriva do francês, "émonder", que significa cortar, eliminar, encaixando perfeitamente ao seu peso ultra-leve.

CICLISMO

Considerada la más liviana del mundo, la bicicleta Émonda, de Trek, llega a Brasil en doce modelos, siendo que el más liviano pesa 4,65kg. Para llegar a ese peso, la empresa utiliza tecnología de carbono OCLV (Optimum Compaction Low Void). Émonda es un anagrama del nombre de los demás modelos consagrados de la marca: Domane y Madone. Además, la palabra deriva del francés, "émonder", que significa cortar, eliminar, y hace una referencia perfecta a su peso ultra liviano.

WWW.TREKBIKES.COM.BR

MODERNO

Com design compacto e ultrafino, a Samsung Electronics anunciou o lançamento do Galaxy A7, modelo top da linha Galaxy A. O smartphone possui tela de 5.5", Dual Chip e tecnologia 4G. A câmera frontal de 5 MP apresenta recursos de captura de fotos, como selfie panorâmica de 120º, GIF animado e a possibilidade de disparo via voz ou pelo movimento das mãos. O Galaxy A7 está disponível nas cores branco, preto e dourado.

MODERNO

Con diseño compacto y ultra fino, Samsung Electronics anunció el lanzamiento de Galaxy A7, modelo top de la línea Galaxy A. El smartphone cuenta con pantalla de 5.5", Dual Chip y tecnología 4G. La cámara frontal de 5 MP presenta recursos de captura de fotos, como selfie panorámica de 120º, GIF animado y la posibilidad de disparo a través de la voz o del movimiento de las manos. Galaxy A7 está disponible en los colores blanco, negro y dorado.

WWW.SAMSUNG.COM

ELEGÂNCIA

A joalheria norte-americana Tiffany & Co. sofisticou as abotoaduras "nós de seda" e lançou o modelo Double Knot. Ideal para homens modernos que prezam pela sofisticação, as peças são fabricadas em prata de lei e representam um nó duplo.

ELEGANCIA

La relojería norteamericana Tiffany & Co. sofisticó la botonadura "nudos de seda" y lanzó el modelo Double Knot. Ideal para hombres modernos que priman por la elegancia, las piezas son fabricadas en plata de ley y representan un nudo doble.

WWW.TIFFANY.COM.BR

TESOURO

Em homenagem as Salas de Ágata do Palácio Catarina, que serviu de residência de verão aos Czares da Rússia, a Faber-Castell lança sua exclusiva coleção de Caneta do Ano. Em um dos modelos, três grandes pedras de Jaspe marrom-avermelhadas são incorporadas ao corpo banhado a platina da caneta tinteiro, e que vislumbra a aura destas magníficas salas. A tampa, banhada a platina, é adornada com uma pedra facetada de quartzo cinza de origem russa e a pena bicolor, de ouro 18 quilates, é feita à mão. O modelo também está disponível com banho de ouro, nas duas versões, tinteiro ou rollerball.

TESORO

En homenaje a los Salones de Ágata del Palacio Catarina, que sirvió de residencia de verano para los zares rusos, Faber-Castell lanza su exclusiva colección de Pluma do Año. En uno de los modelos, tres grandes piedras de Jaspe marrón-rojizas son incorporadas al cuerpo bañado en platina de la pluma, que representa el ambiente de esos magníficos salones. La tapa, bañada en platina, está adornada con una piedra facetada de cuarzo gris, de origen ruso. La pluma, bicolor, es elaborada a mano en oro 18 quilates. El modelo también está disponible con baño de oro, en las dos versiones, tintero o rollerball.

WWW.FABER-CASTELL.COM.BR

TEL.: + 55 11 3198-9405

EXATO

Para comemorar seus 260 anos, a grife da relojoaria suíça Vacheron Constantin, criou o relógio Harmony Cronógrafo Tourbillon. Composto por um novo Calibre 3200 de carga manual, o modelo apresenta caixa em forma de almofada e está equipado com um cronógrafo monobotão de 45 minutos de movimento contínuo, que substitui o tradicional de 30 minutos.

EXACTO

Para celebrar sus 260 años, la marca de relojes suiza Vacheron Constantin, creó el reloj Harmony Cronógrafo Tourbillon. Elaborado con un nuevo Calibre 3200 de carga manual, el modelo presenta caja en forma de almohadón y está equipado con un cronógrafo mono botón de 45 minutos de movimiento continuado, que sustituye al tradicional de 30 minutos.

SIR DESIGN

SEU QUARTO COM UM TOQUE DE ARTE

Rodovia Br-494, Km 103
Anel Rodoviário
Oliveira-MG

www.sirdesign.com.br
contato@sirdesign.com.br
+55 37 3331-4329
+55 37 3331-2671

Gastronomia

FOTOS: THAÍS ANTUNES / DIVULGAÇÃO

RUA GOMES DE CARVALHO, 1715 – SÃO PAULO
TEL.: + 55 (11) 2894-8004 - WWW.TATUBOLABAR.COM.BR

BRASILEIRO

Projetado pelo arquiteto Juarez Puig, o Tatu Bola Bar, no Itaim Bibi (SP), tem ambiente descontraído e bem brasileiro, com artesanatos regionais e objetos garimpados em antiquários. Fitinhas do Senhor do Bonfim penduradas no teto e cartazes com literatura de cordel complementam o espaço. Na carta de drinques, além de chope e cerveja, há caipirinhas servidas em potes de vidro de 360ml. Os petiscos são tipicamente brasileiros, como o espetinho de lingüiça calabresa defumada, polenta mole, e quadradinhos de tapioca, recheados com gorgonzola.

BRASILEÑO

Proyectado por el arquitecto Juarez Puig, el Tatu Bola Bar, en el barrio Itaim Bibi (SP), cuenta con ambiente distendido y típicamente brasileño, con artesanías regionales y objetos encontrados en anticuarios. Cintas del Senhor do Bomfim colgadas del techo y carteles con lectura de cordel (popular del Nordeste) completan el espacio. En el menú de bebidas, además de la caña y la cerveza, hay capirinhas servidas en potes de vidrio de 360ml. Los picadillos son típicamente brasileños, como pincho de calabresa ahumada, polenta blanda, y cuadraditos de tapioca, rellenos de gorgonzola.

RUA FLORIDA, 1488 - SÃO PAULO - TEL.: +55 (11) 5506 6748 - WWW.VERISSIMOBAR.COM.BR

ESPANHOL

Após uma viagem a San Sebastian, no Norte da Espanha, o chef Marcos Livi reformulou o cardápio do Veríssimo Bar, no Brooklin (SP). A cozinha de bar espanhola, com os tradicionais tapas e pinxtos, oferece um balcão durante a happy hour com 24 opções entre eles o Jamón serrano com fatias finas de búfala, cogumelos Shitake e Shimeji e tomate Catalão (foto) e a Costelinha suína confitada com molho de Sangria de vinho tinto, acompanhada de purê de batatas bravas e frutas. Para harmonizar com o cardápio temático, há sangrias de vinho branco, tinto e Cava espanhola.

ESPAÑOL

Después de un viaje a San Sebastián, en el Norte de España, el chef Marcos Livi reformuló el menú del Veríssimo Bar, en el barrio Brooklin (SP). La cocina del bar, española, con los tradicionales tapas y pinchos, ofrece el mostrador durante el happy hour con 24 opciones, entre las cuales el jamón serrano con fetas finas de búfala, setas Shiitake y Shimeji y tomate catalán (foto) y la costillitas de cerdo con Sangría de vino tinto, acompañadas con puré de patatas bravas y frutas. Para armonizar con el menú temático, hay sangrías de vino blanco, tinto y cava española.

FOTOS: VANESSA KOSOP:

FRANCÊS

Liderando o ranking dos melhores restaurantes de Curitiba o La Varenne, que completou seu primeiro aniversário em 2015, une a gastronomia francesa com sotaque italiano. Técnicas, aromas e ingredientes frescos marcam o cardápio que oferece massas produzidas artesanalmente, carnes e pratos tradicionais da culinária francesa. Sob o comando do chef Ivo Lopes, uma das sugestões do menu é o Ravióli de bacalhau com gema de ovo caipira (foto) e a Côte de Costela assada lentamente com molho de vinho e batatas. Para a sobremesa uma das opções é o Petit gâteau de doce de leite com sorvete de pistache.

SHOPPING PÁTIO BATEL – CURITIBA (PR) -
TEL.: +55 (41) 3044-6600 - WWW.LAVARENNE.COM.BR

FRANCÉS

Primero en el ranking de los mejores restaurantes de Curitiba, La Varenne, que completó su primer año en 2015, una la gastronomía francesa con acento italiano. Técnicas, aromas e ingredientes frescos marcan el menú que ofrece pastas elaboradas artesanalmente, carnes y platos tradicionales de la cocina francesa. Bajo la dirección del chef Ivo Lopes, una de las sugerencias del menú es el Ravioli de bacalao con yema de huevo (foto) y la Cote de Costilla asada lentamente con salsa de vino y patatas. Para el poste, una de las opciones es el Petit gateau de dulce de leche con helado de pistacho.

STEAKHOUSE

Sob o comando do empresário Jair Coser, a rede Corrientes 348 inaugurou sua quarta unidade em São Paulo, no bairro do Jardins. A nova casa possui pé direito alto, móveis de madeira e uma adega envidraçada na entrada, em frente ao bar. O cardápio permanece o mesmo das demais unidades com foco na parrilla - carnes preparadas na grelha servidas com acompanhamentos. Vale destacar o Ojo Del Bife (miolo do contra filé - foto) e Tapa de Cuadril (picanha). Dentre as guarnições, Arroz Parrillero (arroz com linguiça picante, ovo e batata palha) e Papatasso Provenzal (batatas fritas ao murro com alho e salsinha), além de saladas.

STEAKHOUSE

Bajo la dirección del empresario Jair Coser, la cadena Corrientes 348 inauguró su cuarta unidad en São Paulo, en el barrio de Jardins. La nueva casa tiene el techo alto, muebles de madera y una bodega con vidrios en la entrada, en frente al bar. El menú permanece el mismo de las demás unidades, con enfoque en la parrilla, servida con guarniciones. Merece la pena destacar el Ojo del Bife (foto) y la Tapa de Cuadril. Entre las guarniciones, Arroz Parrillero (con chorizo picante, huevo y patatas paja) y el Papatasso Provenzal (patatas asadas con ajo y perejil), además de ensaladas.

RUA BELA CINTRA, 2305 - TEL: +55 (11)3088-0276
WWW.CORRIENTES348.COM.BR

INVERNO

Localizado em uma enorme área verde na cidade de Campos do Jordão (SP), o Espaço Lenz Gourmet oferece atividades ao ar livre para a família inteira, com trilha para mirante e cachoeira, uma mini fazenda com animais e espaço kids com atividades monitoradas. Uma das atrações é o restaurante, que também conta com uma loja onde é possível comprar geleias, chutneys, bolos e doces. No cardápio, assinado pela chef e proprietária Eliana Lenz, há sopas (cenoura e amarula; ervilha com hortelã; lentilha com damasco), foundes (de cerveja e de castanha) e feijoadas (de peixe e vegana). Outras sugestões são o Magret de Pato ao molho de Tangerina e Grapefruit e a Mini Moranga recheada com mix de cogumelos acompanhada do "peixinho da horta", uma folha escura aveludada, típica da região, envolvida em massa de tempurá, levemente apimentada com "feno grego" em pó.

INVIERNO

Ubicado en una enorme área verde en la ciudad de Campos do Jordão (SP), el Espaço Lenz Gourmet ofrece actividades al aire libre para toda la familia, con senda hacia el mirador y cascada, una estancia en miniatura, con animales y espacios kids, con actividades dirigidas. Una de las atracciones es el restaurante, que también cuenta con una tienda para la compra de jaleas, chatni, tortas y dulces. En el menú, firmado por la chef y propietaria Eliana Lenz, hay sopas (zanahoria y amarula; arveja con menta; lenteja con damasco), foundes (de cerveza y de castaña) y feijoadas (de pescado y vegana). Otras sugerencias son el Magret de Pato con salsa de tanjarina y pomelo y la Minicalabaza rellena con variedad de saetas acompañada por el "pez del huerto", una hoja oscura y aterciopelada, típica de la región, envuelta en pasta de tempura, suavemente picante, con "heno griego" en polvo.

ESTRADA PAULO COSTA LENZ CESAR, 2150 - GAVIÃO GONZAGA
TEL: +55 (12) 3662-1077 - WWW.LENZ.COM.BR

RUA HÉLIO PELLEGRINO, 204 - VILA NOVA CONCEIÇÃO
TEL. +55 (11) 3045-8976 - WWW.RAVIOLI.COM.BR

EXECUTIVO

Projetado por seu proprietário e chef de cozinha Roberto Ravioli, arquiteto de profissão, o restaurante La Madonnina (SP), foi construído basicamente com tijolo, ferro, vidro e espelho, obtendo como resultado um ambiente clean, sofisticado, aconchegante e que remete à Itália em sua decoração, especialmente a varanda ajardinada da casa. No cardápio ingredientes tipicamente italianos tais como açafrão, queijos, azeite DOP, presunto, arroz arbóreo, vinagre balsâmico, funghi Porcini, bottarga, parmesão, aliche e vinhos, entre eles Marsala, Nebbiolo e Barolo. No "Menu Del Giono", de segunda a sexta-feira, exceto feriados, é possível saborear salada, prato principal entre doze opções e sobremesa. Entre as preferidos está o Raviolone D´Oro com salsa tartufata (foto), recheado de ricota e espinafre com ovo mole em cama de creme tartufado.

EJECUTIVO

Proyectado por su propietario y chef de cocina Roberto Ravioli, arquitecto de profesión, el restaurante La Madonnina (SP) fue construido básicamente con ladrillos, hierro, vidrio y espejo, y el resultado es un ambiente clean, elegante, acogedor y que recuerda a Italia en su decoración, especialmente en la terraza con jardines. En el menú, ingredientes típicamente italianos, como el azafrán, quesos, aceite DOP, jamón, arroz arbóreo, vinagre balsámico, funghi Porcini, botarga, parmesano, anchoas y vinos, entre los cuales Marsala, Nebbiolo y Barolo. En el "Menú del Giono", de lunes a viernes, excepto feriados, se puede saborear ensaladas y doce opciones de plato principal con postre. Entre las opciones preferidas está el Ravioli D'Oro con salsa tartufata (foto), relleno de ricota y espinaca con huevo blando en cama de crema tartufada.

TEMPERO

Pioneira no mercado brasileiro na comercialização de ervas, especiarias e pimentas, a Bombay Herbs & Spices lançou o Clube Bombay, especialmente para quem aprecia novidades em ingredientes na elaboração de pratos. Ao se associar ao clube o cliente receberá em sua casa um kit todo mês com três diferentes produtos, informações de como utilizá-las e sugestões de receitas. Além da loja própria em São Paulo, a Bombay possui quiosques em shoppings de várias cidades do Brasil.

CONDIMENTO

Pionera en el mercado brasileño en la comercialización de hierbas, especias y pimientos, Bombay Herbs & Spices lanzó el Club Bombay, especialmente para quien aprecia novedades en ingredientes para la elaboración de platos. Al hacerse socio del club, el cliente recibirá en su casa, todos los meses, un kit con tres productos diferentes, informaciones de cómo utilizarlos y sugerencias de recetas. Además de la tienda propia en São Paulo, Bombay cuenta con quiscos en centros comerciales de varias ciudades de Brasil.

WWW.BOMBAYHS.COM.BR

SENSAÇÕES

Idealizada para se tornar uma experiência completa na maneira de beber cachaça, a Wiba chega ao mercado com um conceito inovador: o Jeito WIBA! de beber cachaça, fazendo sua caipirinha na boca. “Criamos uma experiência completa para que o consumidor se divirta ao apreciar nosso produto e descubra novas sensações e sabores”, explica o empresário mineiro Wilson Barros, proprietário da marca. Ao pedir uma caipirinha, além da dose da cachaça, é servida separadamente uma jarra com frutas variadas, chocolate, pimenta e outros temperos. O cliente monta a combinação que mais agrada, testando diversos sabores em uma única dose.

SENSACIONES

Pensada para volverse una experiencia completa en la forma de tomar cachaça, Wiba llega al mercado con un concepto innovador: la forma WIBA! de tomar cachaça, preparando la caipirinha en la boca. “Creamos una experiencia completa para que el consumidor se divierta al apreciar nuestro producto y descubra nuevas sensaciones y sabores”, explica el empresario de Minas Gerais, Wilson Barros, propietario de la marca. Al pedir una caipirinha, además de la dosis de cachaça, se le sirve, por separado, una jarra con variedad de frutas, chocolate, pimienta y otros aderezos. El cliente elabora la combinación que más le agrada, probando diferentes sabores en una única dosis.

WWW.CACHACAWIBA.COM.BR

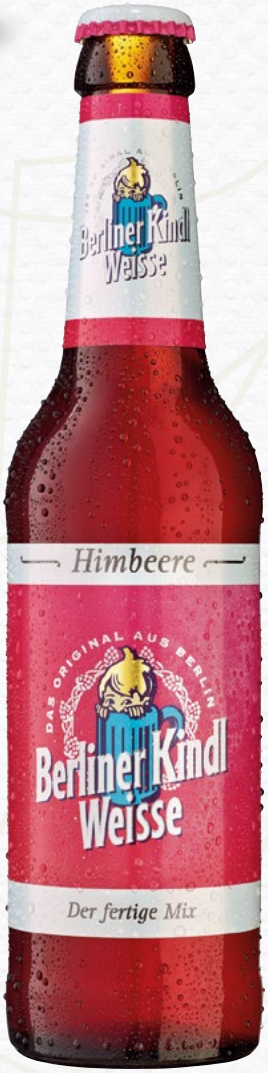
REQUINTE

Para coroar a linha 1824 a The Macallan, marca de single malt escocês, apresenta o "M", elaborado a partir de maltes antigos amadurecidos em barris de Jerez (carvalho espanhol). O pack de luxo acompanha um decanter em cristal soprado desenhado por Fabien Baron e fabricado pela tradicional cristaleria Lalique. Foram produzidas 1.750 unidades.

SOFISTICACIÓN

Para completar la línea 1824, The Macallan, marca de single malt escocés, presenta el "M", elaborado a partir de maltes antiguos madurados en barriles de Jerez (roble español). El pack de lujo acompaña un decanter de cristal soplado y diseñado por Fabien Baron y fabricado por la tradicional cristalería Lalique. Se elaboraron 1.750 unidades.

WWW.THEMACALLAN.COM



REFRESCANTE

A importadora de cervejas especiais Bier & Wein trás com exclusividade para o Brasil a Berliner Kindl Weisse, fabricada pela cervejaria alemã Berliner Kindl Schultheiss Brauerei. Produzida a partir de um processo de fermentação similar às tradicionais belgas, a cerveja tem baixo teor alcoólico (3%) e é feita com 30% a 50% de malte de trigo, resultando em uma bebida refrescante, com acidez láctica e com sutil doce dos maltes claros. Além da versão original, também estão disponíveis as versões com adição de xarope de frutas como framboesa e cassis.

REFRESCANTE

La importadora de cervezas especiales Bier & Wein presenta con exclusividad para Brasil, la Berliner Kindl Weisse, elaborada por la cervecería alemana Berliner Kindl Schultheiss Brauerei. Elaborada a partir de un proceso de fermentación semejante a las tradicionales belgas, la cerveza presenta bajo contenido alcohólico (3%) y se elabora con el 30% a 50% de malte de trigo, resultando en una bebida refrescante, con acidez láctica y con suave dulce de los maltes claros. Además de la versión original, también están disponibles las versiones con adición de concentrado de frutas, como frambuesa y casis.

WWW.BUW.COM.BR

EXCLUSIVO

Em parceria com a Diletto, a Conceição Bem Casados desenvolveu um exclusivo gelato cremoso e com a textura dos bem casados distribuídos há mais de 50 anos nos casamentos mais concorridos do Brasil. O picolé será disponibilizado pela Conceição Bem Casados para casamentos e eventos e nas lojas do Shopping Cidade Jardim, Moema e na Flagship Diletto, todas em São Paulo.

REFRESCANTE

En alianza con Diletto, Conceição Bem Casados ha desarrollado un exclusivo helado cremoso y con la textura de los dulces bem-casados, distribuidos hace más de 50 años en los casamientos más concurridos de Brasil. El helado palito será colocado a disposición por Conceição Bem Casados para bodas y eventos y en las tiendas del Shopping Cidade Jardim, Moema y en Flagship Diletto, todas en São Paulo.

WWW.CONCEICAOBEMCASADOS.COM.BR
WWW.GELATODILETTO.COM

ÚNICO

Criado em 1874 pela Maison Rémy Martin, o cognac LOUIS XIII tem sua origem na região da Grande Champagne, a mais privilegiada das seis regiões de cultivo de uvas da cidade de Cognac, na França. O amadurecimento é feito em barris centenários, chamados tierçons. Seu legado foi passado por quatro gerações de cellar masters, que mantiveram o sofisticado sabor e a referência soberana do melhor e mais prestigiado cognac do mundo. No Brasil, a Casa Flora é a distribuidora exclusiva de LOUIS XIII.

ÚNICO

Creado en 1874 por la Maison Rémy Martin, el coñac LOUIS XIII tiene su origen en la región de la Gran Champagne, la más privilegiada de las seis regiones de cultivo de uvas de la ciudad de Cognac, en Francia. La maduración ocurre en barriles centenarios, denominados tirçons. Su legado ha pasado por cuatro generaciones de maestros bodegueros, que mantuvieron el elegante sabor y la referencia soberana del mejor y más reconocido coñac del mundo. En Brasil, la Casa Flora es la distribuidora exclusiva de LOUIS XIII.

SAC +55 (11) 3327-5199

GUADALAJARA; HISTÓRIA E MÚSICA, COM TEQUILA

GUADALAJARA: HISTORIA Y MÚSICA, CON TEQUILA

BERÇO DA TEQUILA E DOS MARIACHIS, GUADALAJARA, CAPITAL DO ESTADO DE JALISCO, É A SEGUNDA MAIOR CIDADE DO MÉXICO. CONHECIDA COMO "PÉROLA DO OESTE", O LEGADO CULTURAL DE MAIS DE QUATRO SÉCULOS E MEIO INCENTIVA O TURISMO, UMA DAS MAIS IMPORTANTES ATIVIDADES ECONÔMICAS, ASSIM COMO A FABRICAÇÃO DE MÓVEIS. O FUTEBOL TAMBÉM É MUITO TRADICIONAL, E SEUS ESTÁDIOS JÁ RECEBERAM IMPORTANTES PARTIDAS INTERNACIONAIS, ALÉM DA CIDADE TER SEDIADO OS JOGOS PAN-AMERICANOS DE 2011.

CUNA DE LA TEQUILA Y DE LOS MARIACHIS, GUADALAJARA, CAPITAL DEL ESTADO DE JALISCO, ES LA SEGUNDA CIUDAD MÁS GRANDE DE MÉXICO. CONOCIDA COMO "PERLA DEL OESTE", EL LEGADO CULTURAL DE MÁS DE CUATRO SIGLOS Y MEDIO INCENTIVA EL TURISMO, UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES ACTIVIDADES ECONÓMICAS, ASÍ COMO LA FABRICACIÓN DE MUEBLES. EL FÚTBOL TAMBIÉN ES MUY TRADICIONAL, Y SUS ESTADIOS RECIBIERON IMPORTANTES PARTIDOS INTERNACIONALES, ADEMÁS DE LOS JUEGOS PANAMERICANOS DE 2011, REALIZADOS EN LA CIUDAD.

CENTRO HISTÓRICO

Guadalajara reúne no centro histórico diversos edifícios, parques, praças e monumentos, sendo que alguns ainda datam do período de sua fundação, em 1542. Com torres neogóticas, reconstruídas diversas vezes devido aos constantes terremotos, a Catedral de Guadalajara é o ponto de partida para conhecer a cidade. Também conhecida como Basílica de la Asunción de María Santísima, é circundada pela Praça das Cruzes, formada por quatro grandes praças em forma de cruz. Este foi o projeto mais significativo da transformação urbana que passou a cidade nas primeiras décadas do século XX, e que também resultou na demolição de boa parte do patrimônio histórico e arquitetônico de Guadalajara. Cruzando a Praça da Libertação, uma das quatro praças da Catedral, encontra-se o Teatro Santos Degollado, um edifício de meados do século XIX com arquitetura neoclássica e forte influência italiana. Na fachada em mármore travertino, com 16 colunas gregas, está escrito "Que nunca llegue el rumor de la discordia"; os afrescos da abóboda são alusivas aos do IV canto da Divina Comédia, de Dante Alighieri.

CENTRO HISTÓRICO

Guadalajara reúne en el centro histórico varios edificios, parques, plazas y monumentos, siendo que algunos todavía son del período de su fundación, en 1542. Con torres neogóticas, reconstituidas varias veces gracias a los constantes terremotos, la Catedral de Guadalajara es el punto de partida para conocer la ciudad. También conocida como Basílica de la Asunción de María Santísima, está rodeada por la Plaza de las Cruces, formada por cuatro grandes plazas en forma de cruz. Ese fue el proyecto más significativo de la transformación urbana por la que la ciudad pasó en las primeras décadas del siglo XX, y que también resultó en el derrumbe de buena parte del patrimonio histórico y arquitectónico de Guadalajara. Cruzando la Plaza de la Liberación, una de las cuatro plazas de la Catedral, está el Teatro Santos Degollado, un edificio de la mitad del siglo XIX, con arquitectura neoclásica y fuerte influencia italiana. En la fachada de mármol travertino, con 16 columnas griegas, está escrito "Que nunca llegue el rumor de la discordia"; los frescos de la bóveda remiten a los años del IV canto de la Divina Comedio, de Dante Alighieri.

INTERIOR DO HOSPICIO CABAÑAS

TEATRO EM GUADALAJARA

CATEDRAL DE GUADALAJARA

PALÁCIO DO GOVERNO

A poucas quadras está o Palácio do Governo, onde é possível visitar o Museu e conhecer a história da região, dos primeiros habitantes, passando pela chegada dos colonizadores espanhóis até a fundação da cidade. Na escadaria principal do Palácio estão os murais de José Clemente Orozco (1883-1949), um dos maiores pintores mexicanos que retratou Miguel Hidalgo, um dos heróis da independência do país, em uma obra de 1937.

Declarado patrimônio cultural pela UNESCO, o Hospício Cabañas é um dos mais antigos hospitais da América Hispânica, fundado em 1791. O complexo tem 23 pátios e duas capelas, sendo que no interior de uma delas também se encontram afrescos de José Clemente Orozco. Desde 1983 é sede do Instituto Cultural Cabañas (www.hospiciocabanas.jalisco.gob.mx), que promove atividades culturais como exposições, espetáculos de dança e festivais de cinema.

Se não se importar com a poluição sonora, caminhando cerca de 15 minutos, encontra-se a Praça dos Mariachis (www.plazadelosmariachis.com), repleta de restaurantes e, logicamente, dezenas de grupos de mariachis executando, ao mesmo tempo, canções típicas mexicanas.

A pocas cuadras está el Palacio del Gobierno, donde es posible visitar el Museo y conocer la historia de la región, de los primeros habitantes, pasando por la llegada de los colonizadores españoles hasta la fundación de la ciudad. En las escaleras principales del Palacio están los murales de José Clemente Orozco (1883-1949), uno de los pintores mexicanos más grandes, que retrató a Miguel Hidalgo, uno de los héroes de la independencia del país, en una obra de 1937.

Declarado patrimonio cultural por la UNESCO, el Hospicio Cabañas es uno de los hospitales más antiguos de América Hispánica, fundado en 1791. El complejo cuenta con 23 patios y dos capillas, siendo que en el interior de una de ellas se encuentran frescos de José Clemente Orozco. Desde 1983 es sede del Instituto Cultural Cabañas (www.hospiciocabanas.jalisco.gob.mx), que promueve actividades culturales como exposiciones, espectáculos de danza y festivales de cine.

Si no le molesta la contaminación sonora, caminando cerca de 15 minutos, encuentra la Plaza de los Mariachis (www.plazadelosmariachis.com), repleta de restaurantes y, lógicamente, decenas de grupos de mariachis tocando, al mismo tiempo, canciones típicas mexicanas.

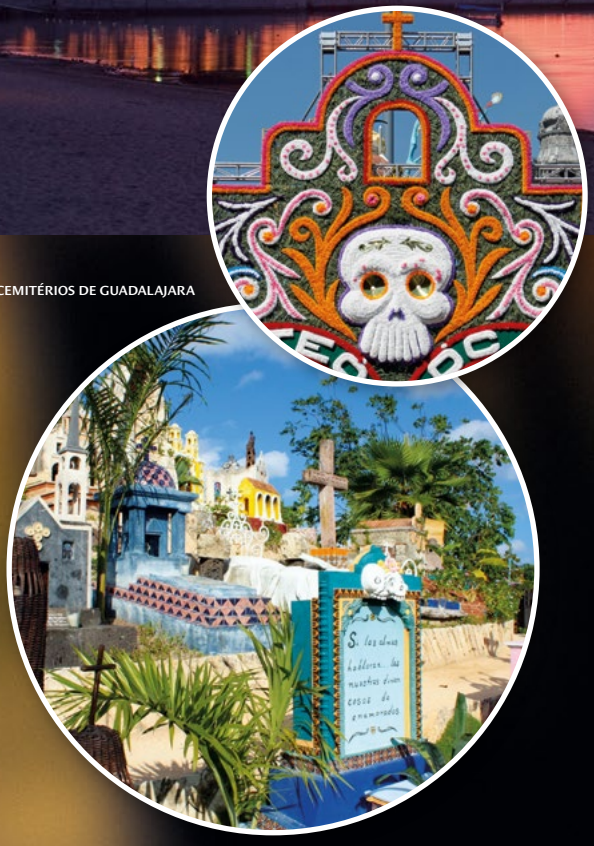
HOSPÍCIO CABAÑAS

LAGO DE CHAPALA

Para os amantes da natureza umas das opções é visitar o Lago de Chapala, o maior do país e o principal responsável pelo abastecimento de água potável para a região metropolitana de Guadalajara. O lago fica a 50 km do centro, na cidade de Chapala, onde é possível realizar passeios de lancha com destino às ilhas de Mezcala e Alacranes.

LAGO DE CHAPALA

Para los amantes de la naturaleza una de las opciones es visitar el Lago de Chapala, el más grande del país y el principal responsable por el suministro de agua potable para la región metropolitana de Guadalajara. El lago queda a 50 km del centro, en la ciudad de CHapala, donde se pueden realizar paseos en lancha con destino a las islas de Mezcala y Alacranes.



CEMITÉRIOS DE GUADALAJARA

CEMITÉRIOS

No México o Dia dos Mortos é uma das festas mais animadas do país. E como não poderia deixar ser, os cemitérios reúnem jazidos com arquitetura de diversas épocas. Um deles, o Panteón de Belén, construído em 1848, foi transformado em museu em 2007. A atual capela, de influência egípcia, foi o principal mausoléu do cemitério, onde eram enterrados os ilustres da época. Hoje não se realizam mais enterros e é possível fazer visitas guiadas, inclusive noturnas. Construído algumas décadas depois, outra opção é visitar o Panteón de Mezquitán, cujos muros são grafitados com cenas que remetem à morte.

CEMENTERIOS

En México, el Día de los Muertos es una de las fiestas más animadas del país. Y como no podría dejar de ser, los cementerios reúnen sepulturas con arquitectura de varias épocas. Uno de ellos, el Panteón de Belén, construido en 1848, fue transformado en museo en 2007. La actual capilla, con influencia egipcia, fue el principal mausoleo del cementerio, en el que eran enterrados los personajes ilustras de la época. Hoy no se realizan más entierros y es posible hacer visitas orientadas, incluso nocturnas. Construido algunas décadas después, otra opción es visitar el Panteón de Mezquitán, cuyos muros son garafiteados con escenas que remiten a la muerte.

ZAPOPAN

Na área metropolitana de Guadalajara encontra-se o município de Zapopan. É lá que está a Basílica e o Convento de Nossa Senhora de Zapopan, também conhecida com Mãe de Jalisco e um dos mais importantes santuários do país. Pertencente a Ordem Franciscana, o convento foi construído em 1689 e recebeu a visita do Papa João Paulo II em 1979. A Basílica, monumento arquitetônico do século XVIII, abriga diversas obras de arte entre esculturas e pinturas.

ZAPOPAN

En esa región metropolitana de Guadalajara está el municipio de Zapopan. Es allí donde está la Basílica y el Convento de Nuestra Señora de Zapopan, también conocida como Madre de Jalisco y uno de los más importantes santuarios del país. Perteneciente a la Orden Franciscana, el convento fue construido en 1689, y recibió la visita del Papa Juan Pablo II, en 1979. La Basílica, monumento arquitectónico del siglo XVIII, abriga varias obras de arte entre esculturas y pinturas.

BASÍLICA E CONVENTO DE NOSSA SENHORA DE ZAPOPAN

TEQUILA

Além da bebida, Tequila é uma cidade a 65 quilômetros de Guadalajara e uma das principais produtoras desta famosa bebida mexicana. De acordo com o Conselho Regulador de Tequila (CRT), foram produzidos cerca de 243 milhões de litros em 2014. Para os aficionados pela bebida, a cidade é o ponto de partida para conhecer o processo de elaboração do destilado, obtido através do agave-azul, planta nativa da região. A Rota da Tequila (www.rutadeltequila.org.mx) engloba diversos municípios próximos à Guadalajara.

A cidade também é o destino final do trem que parte da estação Ferromex de Guadalajara, o Jose Cuervo Express (www.josecuervoexpress.com). O passeio dura o dia inteiro e inclui visitas aos campos de agave, destilarias e lojas. Durante o trajeto, doses e mais doses de tequila são servidas entre apresentações de mariachis e danças típicas. No mesmo estilo, só que partindo da Estação Ferroviária de Guadalajara, é possível embarcar no Tequila Express (www.tequilaexpress.com.mx), com destino a cidade de Amatitán, incluindo visita a produtora de tequila Casa Herradura.

POLO MOVELEIRO

O Estado de Jalisco é um dos principais polos moveleiros do México, garantindo ao país a quarta posição mundial na exportação de móveis para os Estados Unidos. Responsável por 16,28% do PIB do setor, a região emprega cerca de 20 mil pessoas na indústria. De acordo com a Associação de Fabricantes de Móveis de Jalisco (Afamjal), a exportação de móveis no Estado representou, em 2013, U$ 318 milhões e a importação U$ 311 milhões.

Guadalajara é sede da feira Expo Mueble Internacional, que na edição de fevereiro contou com a presença de uma expositora associada à ABIMAD, a Butzke. Joelma Lúcia da Silva, do departamento internacional de ABIMAD, visitou a feira para prospectar novos importadores do mercado mexicano e centro-americano. "Durante os quatro dias da feira foram feitos mais de 100 contatos com visitantes que, após uma triagem do perfil, serão disponibilizados no banco de dados aos participantes do projeto ABIMAD Export para prospecção e ações estratégicas de vendas", explica.

TEQUILA

Además de la bebida, Tequila es una ciudad que está a 65 quilómetros de Guadalajara y es una de las principales productoras de esa conocida bebida mexicana. De acuerdo al Consejo Regulador de Tequila (CRT) se produjeron cerca de 243 millones de litros en 2014. Para los aficionados por la bebida, la ciudad es el punto de partida para conocer el proceso de elaboración del destilado, obtenido por medio del agave tequilana, planta nativa de la región. La Ruta del Tequila (www.rutadeltequila.org.mx) abarca varias localidades próximas a Guadalajara.

La ciudad también es el destino final del tren que parte de la estación Ferromex de Guadalajara, José Cuervo Express (www.josecuervoexpress.com). El paseo dura todo el día e incluye visitas a los campos de agave, destilarías y comercios. Durante el trayecto, se sirven varias dosis de tequila entre presentaciones de mariachis y de bailes típicos. En el mismo estilo, solo que partiendo de la Estación Ferroviaria de Guadalajara, se puede subir al Tequila Express (www.tequilaexpress.com.mx), con destino a la ciudad de Amatitán, incluyendo visita a la productora de tequila Casa Herradura.

POLO DEL MUEBLE

El Estado de Jalisco es uno de los principales polos de fabricación de muebles de México y le asegura al país la cuarta colocación mundial en la exportación de muebles para los Estados Unidos. Responsable por el 16,28% del PIB del sector, la región emplea a cerca de 20 mil personas en la industria. De acuerdo a la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal), la exportación de muebles en el Estado representó, en 2013, U$318 millones y la importación de U$ 311 millones.

Guadalajara es la sede de la feria Expo Mueble Internacional, que en la edición de febrero contó con la presencia de una expositora asociada a ABIMAD, Butzke. Joelma Lúcia da Silva, del departamento internacional de ABIMAD visitó la feria para prospectar nuevos importadores del mercado mexicano y centroamericano. "Durante los cuatro días de la feria se realizaron más de 100 contactos con visitantes que, después de una selección del perfil, serán colocados a disposición en el banco de datos a los participantes del proyecto ABIMAD Export para la prospección y acciones estratégicas de ventas", explica.

INFORMAÇÕES / *Informaciones:* WWW.JALISCO.GOB.MX, WWW.CULTURA.GUADALAJARA.GOB.MX, WWW.VIVE.GUADALAJARA.GOB.MX, WWW.SECTUR.GOB.MX, WWW.VISITMEXICO.COM;

FOTOS: SECRETARIA DE TURISMO DO MÉXICO E © CPTM / PHOTO: RICARDO ESPINOSA - REO

Marcas exclusivas e produtos importados
assinados por renomados designers

Luxo diferenciado para sua loja.

www.6f.com.br

MARCELO PRADO
DIRETOR DO IEMI

MERCADO MOVELEIRO PODE CRESCER EM 2015

Segundo Marcelo Prado, diretor do IEMI - Inteligência de Mercado, a previsão para o setor este ano é que ele seja mais fluido. "Não iremos crescer a ritmo acelerado, mas temos a chance de ter um ano melhor e talvez um pequeno crescimento já em 2015", comenta. Até o momento, as estimativas do IEMI para o varejo de móveis apontam para um crescimento de 3% em volumes, e de 10,2% em valores. Na produção, a estimativa é de queda em 2014 de 2,8% na produção (em peças) e crescimento de 1,4% em valores. "Desde que começamos a estudar o setor de móveis no Brasil, enxergamos pela primeira vez uma queda de produção em 2014 em relação ao ano anterior. Essa queda se deve aos movimentos que tivemos ao longo do ano como a Copa do Mundo e eleições, agravados pelo quadro de desaquecimento do consumo e restrições ao crédito, o que atrapalhou o consumo de bens duráveis", acrescenta Prado.

Dados da 9ª edição do "Relatório Setorial da Indústria de Móveis no Brasil – Brasil Móveis 2014", elaborado pelo IEMI, mostram que o setor produziu 476,2 milhões de peças acabadas em 2013, o que representa um aumento de 3,4% na comparação com 2012. No período de 2009 a 2013, o crescimento foi de 28,7%, representando alta média de 6,5% ao ano. A produção de colchões alcançou 35,5 milhões de peças em 2013, um crescimento levemente maior (5,6%). Porém, entre 2009 e 2013, houve expansão de 24,1%.

Em 2013, o setor de móveis e colchões produziu cerca de R$ 42,9 bilhões, o equivalente a 1,9% do valor total da receita líquida da indústria de transformação nacional. Os móveis para dormitórios somaram 34,6% do total produzido em 2013; para escritórios, 17,5%; para cozinhas, 11,9%; os estofados, 10,7%; os de sala de jantar, 10,6%; e os de sala de estar, 5,0%. Outros móveis somaram 9,7% do total da produção.

Os móveis destinados ao público A e B correspondem a uma importante fatia do varejo de móveis, com receitas de venda de R$ 36,6 bilhões e participação de 62% do varejo de móveis em geral.

Os empregos diretos e indiretos gerados pelo setor produtor de móveis e colchões somaram 328,6 mil postos de trabalho em 2013, o equivalente a 3,3% do total de trabalhadores alocados na produção industrial nesse ano, demonstrando que é um segmento de forte impacto social. "De acordo com os dados apresentados no relatório, verifica-se a importância do setor produtor de móveis e colchões quando comparado aos indicadores da indústria de transformação no Brasil, tanto pela relevância do valor de sua produção quanto por sua capacidade de gerar empregos e divisas para o País", conclui Prado.

EL MERCADO DE MUEBLES PUEDE CRECER EN 2015

Según Marcelo Prado, director de IEMI -Inteligencia de Mercado, la previsión para el sector este año es que sea más fluido. "No creceremos en ritmo acelerado, pero tenemos la oportunidad de tener un año mejor y, tal vez, un pequeño crecimiento ya en 2015", comenta. Hasta el momento, las estimativas del IEMI para el comercio al por menor de muebles señalan para un crecimiento del 3% en volúmenes y del 10,2% en valores. En la producción, la estimativa es de caída en 2014 del 2,8% en la producción (en piezas) y crecimiento del 1,4% en valores. "Desde que comenzamos a estudiar el sector de muebles en Brasil, vimos por primera vez una caída de producción en 2014 con relación al año anterior. Ese descenso se debe a los movimientos que tuvimos a lo largo del año, como la Copa Mundial y las elecciones, agravados por el panorama de decaimiento del consumo y restricciones al crédito, lo que interfirió negativamente en el consumo de bienes durables", añade Prado.

Datos de la 9ª edición del "Informe Sectorial de la Industria de Muebles en Brasil -Brasil Muebles 2014", elaborado por el IEMI, muestran que el sector produjo 476,2 millones de piezas terminadas en 2013, lo que representa un aumento del 3,4% en comparación con 2012. En el período de 2009 a 2013, el crecimiento fue del 28,7%, representando un alta con promedio del 6,5% al año. La producción de colchones alcanzó 35,5 millones de piezas en 2013, un crecimiento un poco superior (5,6%). Pero entre 2009 y 2013, hubo expansión del 24,1%.

En 2013, el sector de muebles y colchones produjo cerca de R$ 42,9 mil millones, lo equivalente al 1,9% del valor total de los ingresos netos de la industria de transformación nacional. Los muebles para dormitorios sumaron el 34,6% del total producido en 2013; para oficinas, el 17,5%; para cocinas, el 11,9%; los sillones, el 10,7%; los muebles para comedor, el 10,6%; y los de living, el 5,0%. Otros muebles sumaron el 9,7% del total de la producción.

Los muebles destinados al público A y B corresponden a una importante franja del comercio al por menor de muebles, con ingresos de ventas de R$36,6 mil millones y participación del 62% de ese tipo de comercio de muebles en general.

Los empleos directos e indirectos generados por el sector productor de muebles y colchones sumaron 328,6 mil puestos de trabajo en 2013,lo equivalente al 3,3% del total de trabajadores de la producción industrial en ese año, demostrando que es un segmento de fuerte impacto social. "De acuerdo a los datos presentados en el informe, se nota la importancia del sector productor de muebles y colchones cuando lo comparamos a los indicadores de la industria de transformación en Brasil, tanto por la importancia del valor de su producción como por su capacidad de generar empleos e ingresos para el país", concluye Prado.

WWW.IEMI.COM.BR

"SOCIAL COMMERCE" É A NOVA PRÁTICA DE CONSUMO MOBILIÁRIO PELA INTERNET

VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS A PARTIR DA INTERAÇÃO SOCIAL DEVE MOVIMENTAR U$ 30 BILHÕES EM 2015, SEGUNDO RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA DO SEBRAE/SC

Utilizar o engajamento dos usuários nas mídias sociais – Facebook, Pinterest, Instagram, LinkedIn, Twitter, entre outras – tornou-se a nova prática de consumo mobiliário pela internet. Mais do que obter o conhecimento dos gostos, desejos e necessidades dos consumidores, o monitoramento destas redes ajuda a gerar muitos negócios – é o chamado S-commerce, a compra e venda de produtos e serviços a partir da interação social. Segundo o Relatório de Inteligência Setorial do Sebrae/SC, um dos nichos que está se aproveitando deste novo cenário é o setor de móveis de madeira.

No mundo, o S-commerce deve movimentar cerca de U$ 30 bilhões em 2015. Isto se deve à grande influência que as redes sociais têm no comportamento dos consumidores: 92% das pessoas têm suas decisões de compra influenciadas pela recomendação de amigos, aponta estudo da plataforma de e-commerce Tray. No caso do Brasil, 63% dos consumidores só fecham uma compra depois de consultar as redes sociais. Grandes redes de varejo, por exemplo, estão criando canal de vendas via Facebook, tanto para troca de informações como para compras.

Para os pequenos negócios moveleiros, o S-commerce traz outras vantagens, como a possibilidade de criar um ambiente favorável aos compradores, compartilhando informações, recomendando produtos e influenciando outros consumidores. Além disso, permite ao empresário interagir com seu público de forma quase pessoal, aprofundando o relacionamento e aumentando positivamente a visibilidade da marca. Contudo, é preciso conhecer mais profundamente o perfil destes clientes das redes sociais – que podem variar do "reclamão" ao casual, passando pelo entusiasta e por aqueles que só caçam promoções. Outra dica fundamental é estar atento às crises de reputação e credibilidade nas redes sociais; 84% dos internautas conectados em mídias sociais consideram a opinião de outras pessoas relevante antes de realizar uma compra.

Confira as dicas do Relatório do Sistema de Inteligência Setorial do Sebrae para o sucesso de um projeto de S-commerce:

- Prospecte clientes filtrando o perfil e a afinidade com os produtos e serviços oferecidos pelo seu negócio;
- Disponibilize conteúdo relevante, como novas tendências e novos produtos, a fim de interessar o usuário para o consumo de novos mobiliários;
- A interatividade é um excelente espaço para o relacionamento. Estabeleça ao cliente um espaço para sugestões e melhorias, ideias para novos mobiliários, avaliações e atendimento ao consumidor;
- Desenvolva estratégias para obter dados de preferência, necessidade e comportamento dos consumidores.

"SOCIAL COMMERCE" O COMERCIO SOCIAL, ES LA NUEVA PRÁCTICA DE CONSUMO DE MUEBLES POR INTERNET

VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DE LA INTERACCIÓN SOCIAL DEBE MOVER U$ 30 MIL MILLONES EN 2015, SEGÚN EL INFORME DE INTELIGENCIA DE SEBRAE/SC.

Utilizar el compromiso de los usuarios de los medios sociales - Facebook, Pinterest, Instagram, LinkedIn, Twitter, entre otros- se ha convertido en la nueva práctica de consumo de muebles por internet. Más que obtener el conocimiento de los gustos, deseos y necesidades de los consumidores, el monitoreo de esas redes ayuda a generar muchos negocios - es el llamado comercio social, la compra y venta de productos y servicios a partir de la interacción social. Según el Informe de Inteligencia Sectorial de Sebrae/SC, uno de los nichos que se está aprovechando de ese nuevo escenario es el sector de muebles de madera.

En el mundo, el comercio social debe mover cerca de U$30 mil millones en 2015. Eso se debe a la gran influencia que las redes sociales tienen en el comportamiento de los consumidores: el 92% de las personas toma sus decisiones de compra bajo la influencia de la recomendación de amigos, señala estudio de la plataforma de comercio electrónico Tray. En el caso de Brasil, el 63% de los consumidores apenas cierran una compra después de consultar las redes sociales. Grandes cadenas de comercio al por menor, por ejemplo, están creando canales de ventas por Facebook, tanto para el intercambio de informaciones como para compras.

Para los pequeños negocios de muebles, el comercio social presenta otras ventajas, como la posibilidad de crear un ambiente favorable para los compradores, compartiendo informaciones, recomendando productos e influenciando a otros consumidores. Además, permite que el empresario interactúa con su público de forma casi personal, profundizando la relación y aumentando positivamente la visibilidad de la marca. Sin embargo, es necesario conocer más profundamente el perfil de esos clientes de las redes sociales -que pueden variar, desde el que sólo protesta al casual, pasando por el entusiasta y por aquellos que apenas buscan promociones. Otra sugerencia fundamental es estar atento a las crisis de reputación y credibilidad en las redes sociales; el 84% de los internautas conectados en medios sociales consideran la opinión de otras personas relevantes antes de realizar una compra.

Vea la sugerencias del Informe del Sistema de Inteligencia Sectorial de Sebrae para el éxito de un proyecto de Comercio Social:

- *Prospecte clientes, filtrando el perfil y la afinidad con los productos y servicios ofrecidos por su negocio;*
- *Publique contenido relevante, como nuevas tendencias y nuevos productos, para generar el interés del usuario para el consumo de nuevos muebles;*
- *La interactividad es un excelente espacio para la relación. Abra un espacio para que el cliente presente sugerencias y mejoría, ideas para nuevos muebles, evaluaciones y atención al consumidor;*
- *Desarrolle estrategias para obtener datos de preferencia, necesidad y comportamiento de los consumidores.*

FONTE / *Fuente*: SEBRAE / SC – WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR

WWW.EDITORAOLHARES.COM.BR

MOBILIÁRIO BRASILEIRO

Publicado originalmente em 1995, o livro Móvel moderno no Brasil, de Maria Cecilia Loschiavo dos Santos, filósofa e professora titular de Design na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, tornou-se referência da história do design de móveis. Em 2015, quando são comemorados 20 anos de sua publicação, o livro ganha nova edição, pela Editora Olhares, revista e atualizada pela autora, bilíngue (português-inglês) e com novo projeto gráfico. "O livro aborda o design do mobiliário brasileiro numa perspectiva histórica, com ênfase no móvel moderno. Reconstrói seus traços essenciais e reúne documentação iconográfica significativa, considerando as origens e sucessivas transformações da configuração da casa brasileira, dos gostos, das tendências, grifes, materiais, processos produtivos e soluções técnico-construtivas empregadas na produção do móvel no país", explica a autora.

MUEBLES BRASILEÑOS

Publicado originalmente en 1995, el libro Móvel Moderno en Brasil [Mueble Moderno en Brasil - en traducción libre], de Maria Cecilia Loschiavo dos Santos, filósofa y docente titular de Diseño en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de São Pulo, se convirtió en referencia de la historia del diseño en muebles. En 2015, cuando se celebran los 20 años de su publicación, el libro recibe una nueva edición por parte de la Editora Olhares, revisada y actualizada por la autora, bilingüe (portugués-inglés) y con nuevo proyecto gráfico. "El libro aborda un diseño de mueble brasileño en una perspectiva histórica, con énfasis en el mueble moderno. Reconstruye sus trazos esenciales y reúne documentación iconográfica significativa, considerando los orígenes y las sucesivas transformaciones de la configuración de la casa brasileña, de los gustos, de las tendencias, marcas, materiales, procesos productivos y soluciones técnico-constructivas empleadas en la fabricación del mueble en el país", explica la autora.

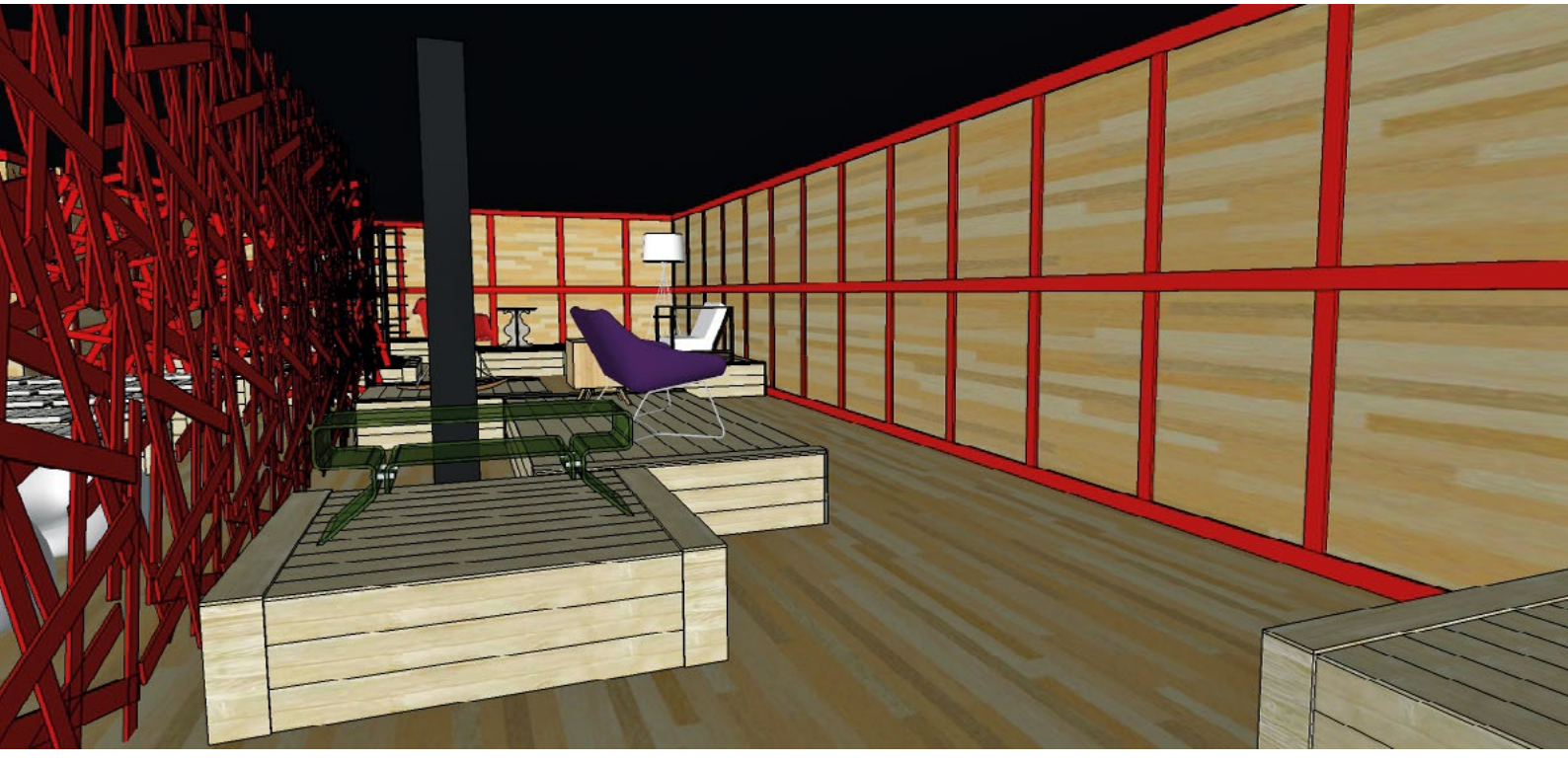
EXPOSIÇÃO

A origem do objeto de mobiliário será contada por meio da cenografia durante a Casa Cor Santa Catarina, que acontece até 12 de julho em Florianópolis e na Praia Brava, em Itajaí. Na sede da mostra na Capital, a exposição Contém Design apresenta lançamentos do design de mobiliário, protótipos, peças únicas ou de séries limitadas assinadas por grandes nomes do design nacional. A cenografia e produção da exposição, assinada por Alisson Barcelos, em parceria com a publicitária Carla Barcelos, promete despertar nos visitantes da mostra o inusitado. "A ideia é trazer para o espaço a origem do objeto de design, desde a fabricação até chegar ao destino final, incluindo os cuidados com a embalagem do produto e seu transporte", afirma Alisson.

EXPOSICIÓN

El origen del objeto mueble será contado por medio de escenografía durante el evento Casa Cor de Santa Catarina, que ocurre hasta el 12 de julio en Florianópolis y en Praia Brava, en Itajaí. En la sede de la muestra en la Capital, la exposición Contém Design (Contiene Diseño), presenta lanzamientos del diseño del mueble, prototipos, piezas únicas o de series limitadas firmadas por grandes nombres del diseño nacional. La escenografía y la producción de la exposición, firmada por Alisson Barcelos, en alianza con la publicitaria Carla Barcelos, promete despertar en los visitantes de la muestra lo inusitado. "La idea es traer para el espacio el origen del objeto de diseño, desde la fabricación hasta llegar al destino final, incluyendo los cuidados con el embalaje del producto y su transporte", afirma Alisson.

WWW.CASACORSC.COM.BR



EM AÇÃO
EN ACCIÓN

FOTOS: ARQUIVO ARTEFAMA

HISTÓRIA

A Artefama Móveis, fundada em São Bento do Sul em 1945, completou 70 anos de mercado em fevereiro, inicialmente fabricando vasos de xaxim e cabos de madeira para fins industriais. Alguns anos depois, passou a fabricar abajures, artefatos de madeira, gabinetes para máquinas de costura, móveis de fórmica e mobiliário para estabelecimentos bancários. Em 1966 iniciou a fabricação de móveis de madeira em estilo colonial de madeira maciça. Hoje a empresa, que teve crescimento real de seu faturamento de 62,5% entre 2012 e 2014, planeja vender mais 25% sobre os R$ 76,8 milhões faturados no ano passado.

Entre as comemorações pelo aniversário, a Artefama inaugurou um novo restaurante para os 490 colaboradores. “A valorização dos funcionários é uma marca de toda a história da empresa. Além dos benefícios oferecidos, ações são realizadas para proporcionar melhor qualidade de vida e cuidado com o bem-estar das pessoas”, destaca José Antonio Franzoni, CEO da empresa.

Também foi inaugurado o Memorial Artefama, para resgatar e valorizar o trabalho dos fundadores e funcionários que passaram pela empresa ao longo dessas sete décadas. Uma exposição permanente reúne diversas peças de móveis, especialmente artefatos de decoração fabricados no início da história da empresa, além de objetos de trabalho, documentos e fotos. O Memorial fica na sede da empresa e visitas podem ser agendadas pelo telefone (47) 3631-1200 ou pelo e-mail memorial@artefama.com.br.

HISTORIA

Artefama Móveis, fundada en São Bento do Sul en 1945, completó 70 años de mercado en febrero, inicialmente fabricando macetas de helechos y mangos de madera para usos industriales. Algunos años más tarde, pasó a fabricar lámparas, artefactos de madera, gabinetes para máquinas de coser, muebles de formica y muebles para establecimientos bancarios. En 1966 comenzó a fabricar muebles de estilo colonial, en madera maciza. Actualmente, la empresa tuvo un crecimiento real en su facturación de 62,5% entre 2012 y 2014, proyecta vender más del 25% sobre los R$76,8 millones facturados el año pasado.

Entre las celebraciones por su aniversario, Artefama inauguró un nuevo restaurante para los 490 empleados. “La valoración de los empleados es una marca de toda la historia de la empresa. Además de los beneficios ofrecidos, son realizadas acciones para proporcionar mejor calidad de vida y cuidado con el bienestar de las personas”, destaca José Amtonio Franzoni, CEO de la empresa.

También se inauguró el Memorial Artefama, para rescatar y valorar el trabajo de los fundadores y de los funcionarios que pasaron por la empresa a lo largo de esas siete décadas. Una exposición permanente reúne varias piezas de muebles, especialmente artefactos de decoración fabricados en el inicio de la trayectoria de la empresa, además de objetos de trabajo, documentos y fotos. El Memorial queda en la sede de la empresa y se puede marcar visitas por el teléfono (47) 3631-1200 o por la dirección electrónica memorial@artefama.com.br.

FOTO: MIDORI DE LUCCA / DIVULGAÇÃO

A ARQUITETA SUÂMI PEDROLLO, ROSSANA SIMONATO (NUSA DUA) E A ARQUITETA JULIANA PIPPI.

FESTA

Rossana Simonato, da Nusa Dua, compareceu ao lançamento do Guia de Decoração e do Anuário 2015 da revista Bamboo, em São Paulo. A festa reuniu arquitetos, decoradores e designers de 14 cidades brasileiras, representantes das principais marcas de decoração, paisagismo, construção e agências de publicidade do país. Rossana foi acompanhada das arquitetas Suâmi Pedrollo e Juliana Pippi, responsáveis pela curadoria do Guia em Balneário Camboriú e Florianópolis, respectivamente. O evento aconteceu no espaço Red Bull Station, situado em um prédio histórico no centro de São Paulo que abriga projetos artísticos e musicais.

FIESTA

Rossana Simonato, de Nusa Dua, estuvo presente en el lanzamiento del Guía de Decoración y del Anuario 2015 de la Revista Bamboo, en São Paulo. La fiesta reunió arquitectos, decoradores y diseñadores de 14 ciudades brasileñas, representantes de las principales marcas de decoración, paisajismo, construcción y agencias de publicidad del país. Rossana tuvo la compañía de las arquitectas Suâmi Pedrollo y Juliana Pippi, responsables por la curaduría del Guía en Balneario Camboriú y Florianópolis, respectivamente. El evento se realizó en el espacio Red Bull Station, ubicado en un edificio histórico en el centro de São Paulo, que abriga proyectos artísticos.

WWW.MOVCAFE.COM.BR

MOVIMENTE-SE

Projetado pela arquiteta Marina Otte, o Mov'Café, abreviatura de Moving, em Balneário Camboriú (SC) foi mobiliado com peças da Butzke (www.butzke.com.br), associada ABIMAD. Focado no conceito de movimentar coisas e pessoas, o espaço tem ambiente descontraído e cardápio saudável.

MUÉVASE

Proyectado por la arquitecta Marina Otte, Mov'Café, abreviatura de Moving, en Balneario Camboriú (SC) fue amueblado con piezas de Butzke (www.butzke.com.br), asociada ABIMAD. Enfocada en el concepto de mover cosas y personas, el espacio cuenta con ambiente distendido y menú sano.

BBB

Pelo segundo ano consecutivo, a designer de produtos Silvia Heringer é a responsável pela criação das colchas e almofadas de todos os quartos da edição 2015 do Big Brother Brasil. Este já é o quinto trabalho que a designer desenvolve para a Rede Globo de Televisão. Em 2013, seus produtos compuseram ambientes das novelas Flor do Caribe e Sangue Bom e, em 2014, da novela Boogie Oogie.

BBB

Por segundo año consecutivo, la diseñadora Silvia Heringer es la responsable por la creación de las colchas y almohadones de todos los dormitorios de la edición 2015 del programa Big Brother Brasil. Este es el quinto trabajo que la diseñadora desarrolla para la cadena de televisión Rede Globo. En 2013, sus productos compusieron ambientes en las comedias Flor do Caribe y Sangue Bom y, en 2014, en la comedia Boogie Oogie.

WWW.SILVIAHERINGER.COM

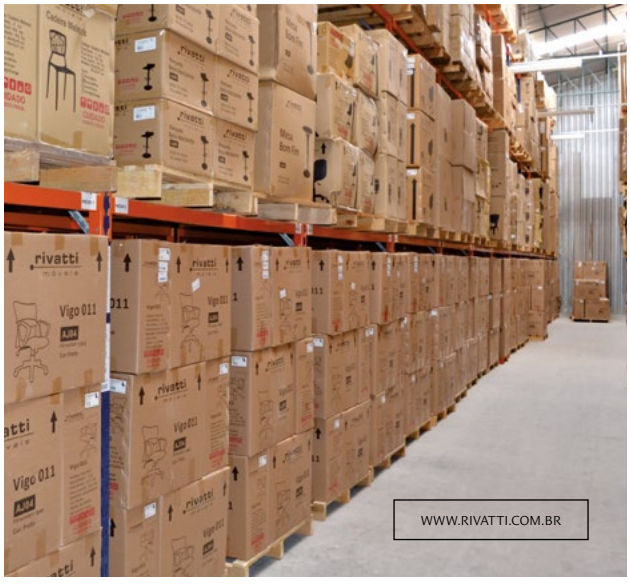
MICHEL OTTE (DIRETOR) E RÚBIA PURIN (EXPORTAÇÃO), DA BUTZKE

MÉXICO

A Butzke participou pela primeira vez da 34ª edição do Expo Mueble Internacional de Invierno, em Guadalajara, no México. Durante a feira, que aconteceu em fevereiro, a empresa apresentou alguns clássicos da marca, como o Bankotte e o Mesotte, além de peças exclusivas assinadas pelos talentos do design nacional, entre eles Paulo Alves e Carlos Motta.

MÉXICO

Butzke participó por primera vez en la 34ª edición de Expo Mueble Internacional de Invierno, en Guadalajara, México. Durante la feria, realizada en febrero, la empresa presentó algunos clásicos de la marca, como Bankotte y Mesotte, además de piezas exclusivas firmadas por los talentos del diseño nacional, como Pedro Alves y Carlos Motta.



NOVA SEDE

Fundada em 2004, na cidade de Caxias do Sul (RS), a Rivatti Móveis, investiu R$ 50 milhões na aquisição de uma área de 20.000 m² e na primeira fase de construção da nova unidade, em Farroupilha (RS). Este investimento foi realizado para atender as necessidades de logística devido a rodovia RS 122 apresentar a melhor estrutura viária para implantação de um centro de distribuição de grande porte, além do complexo administrativo. A obra está prevista para conclusão em aproximadamente 4 anos.

NUEVA SEDE

Fundada en 2004, en la ciudad de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Rivatti Móveis invirtió R$ 50 millones en la adquisición de un área de 20.000 m² y en la primera etapa de construcción de la nueva unidad en Farroupilha, RS. La inversión fue realizada para atender a las necesidades de logística, una vez que la carretera RS 122 presenta la mejor estructura para la implantación de un centro de distribución de gran porte, además del complejo administrativo. La conclusión de la obra está prevista para dentro de, aproximadamente, 4 años.

FUTURO

De olho em novos talentos, o grupo Essenza selecionou 12 criações inscritas no concurso Jovem Aprendiz, realizado em 2014, para entrar na linha de produção da empresa este ano. O programa, que tem como maior objetivo fomentar novos talentos, recebeu inscrições de estudantes de Design de Produto das principais universidades do país. “O concurso conseguiu reunir um grande time de mentes frescas, com ideias e conceitos que fogem do convencional. As novidades apresentadas compõem o nosso portfólio que oferece não só o design, mas a arte da criação e das inspirações” comenta Paulo Sartori, principal designer da marca.

FUTURO

Atento a nuevos talentos, el grupo Essenza seleccionó 12 creaciones inscriptas en el concurso Joven Aprendiz, realizado en 2014, para entrar en la línea de producción de la empresa este año. El programa - que tiene como objetivo mayor el fomento a nuevos talentos - recibió inscripciones de estudiantes de Diseño de producto de las principales universidades del país. “El concurso consiguió reunir un gran equipo de mentes frescas, con ideas y conceptos que se escapan de lo convencional. Las novedades presentadas componen nuestro portafolio, que ofrece no apenas el diseño, pero el arte de la creación y de las inspiraciones”, comenta Paulo Sartori, principal diseñador de la marca.

POLTRONA GAIA DA JOVEM DESIGNER ISABELA TUBERO

ENCONTRO CULTURAL

A Cores da Terra promoveu uma noite de autógrafos com a escritora brasileira radicada na Holanda, Vilma Machado, que lançou o livro de poesias “Da Rota in...certa”. O encontro, que aconteceu no restaurante Beija Flor, em Ibirataia (BA), cidade sede da empresa, também contou com uma exposição de arte em “papel machê” do artista plástico Emanoel Braga.

ENCUENTRO CULTURAL

Cores da Terra promovió una noche de autógrafos con la escritora brasileña radicada en Holanda, Vilma Machado, que lanzó el libro de poesías “Da Rota in...certa”. El encuentro, que ocurrió en el restaurante Beija Flor, en Ibirataia (Bahía), ciudad sede de la empresa, también contó con una exposición de arte en papel maché, del artista plástico Emanoel Braga.

DIEGO CONTEZINI
COO DO ASAAS GESTÃO FINANCEIRA (WWW.ASAAS.COM)
COO do Asaas Gestión Financiera

COMO FAZER VALER A PENA CADA CENTAVO NA SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING

CÓMO HACER VALER LA PENA CADA CENTÉSIMO EN SU ESTRATEGIA DE MARKETING

Para muitas empresas, o marketing funciona de forma misteriosa, afinal, pode-se gastar rios de dinheiro e o resultado simplesmente não aparecer, enquanto, às vezes, as vendas aparecem com um investimento mínimo, parecendo crescer quase que por mágica. Mas acontece que o marketing não tem mistério! Assim como nos outros departamentos da sua empresa, é possível traçar objetivos e medir resultados com bastante precisão, mesmo com orçamentos apertados. Quer saber como fazer cada centavo valer mais em sua estratégia de marketing?

Para muchas empresas, el marketing funciona de forma misteriosa, al final, se pueden gastar ríos de dinero y no ver los resultados, mientras, a veces, las ventas surgen con una inversión mínima, haciendo parecer que crecen por arte de magia, prácticamente. ¡Ocurre que el marketing no tiene misterio! Tal como en los demás departamentos de su empresa, se pueden trazar objetivos y medir resultados con bastante precisión, aun con presupuestos ajustados. ¿Quiere saber cómo hacer para que cada centésimo valga más en su estrategia de marketing?

TENHA OBJETIVOS CLAROS

Em administração, é preciso sempre medir, certo? Assim, para avaliar o retorno do seu marketing, você precisa traçar metas antes de efetivamente implementar a estratégia e medir os resultados. Nesse caso, quanto mais específicos forem os objetivos, melhor.

Você pode querer, por exemplo, que o site obtenha, no próximo mês, o dobro de visitantes. Ou quem sabe você quer aumentar o número de fãs no Facebook em 50% no período de 30 dias? Talvez o objetivo seja, por outro lado, alcançar 10 mil e-mails em sua lista de marketing até o fim do trimestre.

A lição que precisa ficar na cabeça é: objetivos claros asseguram que o dinheiro irá para onde pode gerar resultados, permitindo que você avalie se esse investimento está realmente sendo bem gasto.

MANTENHA UM BLOG DA EMPRESA

Já reparou que, cada vez mais, as pessoas fogem de anúncios explícitos? Principalmente ao navegarem em sites, onde é extremamente fácil bloqueá-los. A boa notícia é que cada vez mais gente faz pesquisas no Google para resolver problemas e pesquisar por produtos e soluções.

Por isso, manter um blog atualizado e com conteúdo relevante aumenta significativamente as chances de futuros clientes conhecerem sua empresa e navegarem em seu site. Se os resultados sobre "como consertar o ventilador", "ideias para festa de 15 anos" e "como tirar fotos bonitas", por exemplo, levarem ao seu site, sua empresa já passa a estar no foco desses possíveis futuros consumidores.

TENGA OBJETIVOS CLAROS

En administración, siempre es necesario medir, ¿está correcto? Así, para evaluar el retorno de su marketing, usted necesita trazar metas antes de, efectivamente, implantar la estrategia y medir los resultados. En ese caso, cuánto más específicos sean los objetivos, mejor.

Usted puede querer, por ejemplo, que la página web obtenga, en el próximo mes, el doble de visitantes. O, tal vez, desee aumentar la cantidad de fanes en Facebook en el 50% en el período de 30 días. Tal vez el objetivo sea, por otro lado, alcanzar 10 mil e-mails en su lista de marketing hasta el final del trimestre.

La lección que usted necesita tener en mente: objetivos claros garantizan que el dinero irá para donde puede generar resultados, permitiendo que usted evalúe si esa inversión está realmente siendo bien aplicada.

MANTENGA UN BLOG DE LA EMPRESA

¿Ha notado usted que, cada vez más, las personas huyen de anuncios explícitos? Principalmente al navegar en páginas web, donde es muy fácil bloquearlos. La buena noticia es que cada vez más personas hacen búsquedas en Google para resolver problemas e investigar productos y soluciones.

Por eso, mantener un blog actualizado y con contenido relevante aumenta significativamente las oportunidades para que futuros clientes conozcan su empresa y naveguen en su página. Si los resultados sobre "cómo arreglar el ventilador", "ideas para fiesta de 15 años" y "cómo hacer fotografías bonitas", por ejemplo, conducen a su sitio, su empresa pasa a estar en el foco de esos posibles futuros consumidores.

ENTRE NAS CONVERSAS NA INTERNET

O autor Dave Kerpen conta uma história interessante no livro "Likeable Social Media". Certa vez ele viajou para Las Vegas e reclamou no Twitter da longa fila do check-in do hotel em que estava, o Aria. O social media de um hotel concorrente, o Rio, mandou a seguinte mensagem: "sinto pela sua experiência ruim; espero que o resto da estadia corra bem". Note que esse tweet não continha promoção, venda ou oferta nenhuma. Era só uma forma de entrar na conversa.

Já na viagem seguinte a Las Vegas, Dave, escolheu, claro, hospedar-se no hotel Rio. Eles ganharam uma venda de 600 dólares com um único tweet! Existe muita gente na internet puxando conversa com o mundo inteiro sobre os mais variados assuntos. Ao entrar nessas conversas, sua empresa pode fazer cada vez mais conexões e conquistar, pouco a pouco, mais clientes.

CONVERSE VIA LISTA DE E-MAILS

O e-mail marketing continua sendo uma estratégia extremamente eficaz e barata de marketing - desde que se obtenha, claro, a permissão dos contatos, usando, por exemplo, os e-mails de pessoas que já são clientes ou que se cadastraram em troca de um download.

Essa é uma ferramenta super prática - e que nunca sai de moda! - para conversar com contatos que já expressaram interesse em seus produtos ou serviços anteriormente.

PARTICIPE EN LAS CONVERSACIONES EN INTERNET

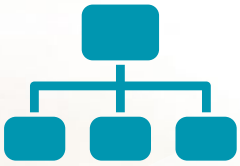
El escritor Dave Kerpen cuenta un relato interesante en el libro "Likeable Social Media". Cierta vez, viajó a Las Vegas y reclamó por Twitter de la larga fila del check-in del hotel en que se hospedaba, el Aria. El social media de un hotel de la competencia, Rio, le envió el siguiente mensaje: "lamento su mala experiencia; espero que el resto de su permanencia corra bien". Note que ese tweet no contenía ninguna promoción, venta u oferta. Era apenas una forma de participar en la conversación.

En su viaje siguiente a Las Vegas, Dave escogió, claro, hospedarse en el hotel Rio. ¡Ellos realizaron una venta de 600 dólares con apenas un tweet! Hay mucha gente en internet que participa en conversaciones con todo el mundo sobre los más diferentes asuntos. Al ingresar en una de esas conversaciones, su empresa puede hacer cada vez más conexiones y conquistar, poco a poco, más clientes.

CONVERSE POR MEDIO DE LISTA DE E-MAILS

El e-mail marketing sigue siendo una estrategia extremadamente eficaz y barata de marketing - desde que se obtenga, claro, la autorización de los contactos usando, por ejemplo, los e-mails de personas que ya son clientes o que se registraron a cambio de un download.

Esa es una herramienta muy práctica, ¡y que nunca sale de moda! Para conversar con los contactos que ya manifestaron interés en sus productos o servicios anteriormente.



PENSE COMO UMA REVISTA

Sua empresa pode atrair muitos cliques - e, consequentemente, vendas - com um calendário editorial, ou seja, produzindo conteúdo para cada época do ano, mais ou menos como uma revista.

Você pode pensar em conteúdo do tipo "dicas de decoração para o Natal", "melhores lugares para curtir o réveillon", "ideias de fantasia para o carnaval", "receitas para o Dia das Mães" e assim por diante. Fique de olho no calendário do ano e publique o que os leitores querem ler!

ATINJA O PÚBLICO CERTO

Ferramentas como Facebook Ads e Google AdWords, por exemplo, permitem mostrar o anúncio da sua empresa somente para públicos muito específicos e segmentados, ao contrário de anúncios em jornais ou na TV, em que seu anúncio será visto por muita gente que, no fim das contas, não interessa.

Esses recursos podem ser grandes aliados na hora de lançar um novo produto ou conquistar uma determinada fatia do público. E o melhor? O orçamento é extremamente fácil de controlar!

PIENSE COMO UNA REVISTA

Su empresa puede atraer muchos cliques -y, consecuentemente, ventas- con un calendario editorial, o sea, produciendo contenido para cada época del año, más o menos como una revista.

Usted puede pensar en contenido del tipo "sugerencias de decoración para la Navidad", "mejores lugares para pasar Fin de Año", "ideas de disfraces para carnaval", "recetas para el Día de la madre", y así sucesivamente. Esté atento al calendario del año y publique lo que los lectores quieren leer.

ALCANCE EL PÚBLICO CORRECTO

Herramientas como Facebook Ads y Google AdWords, por ejemplo, permiten mostrar el anuncio de su empresa apenas para públicos muy específicos y segmentados, al contrario de anuncios en periódicos o en la televisión, en que su anuncio será visto por muchas personas que, al fin de cuentas, no interesa.

Esos recursos pueden ser grandes aliados al momento de lanzar un nuevo producto o de conquistar determinada parte del público. ¿Y lo mejor? ¡Es muy fácil controlar el presupuesto!

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 11-4612-3600
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

Antonio e Filhos
+55 21-2767-1003
www.antonioefilhos.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

Bela Flor
+55 17-3223-1200
Site: www.belaflor.com.br

Bella Iluminação
+55 11-5660-2600
www.bellailuminacao.com.br

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

Bel Metais
+55 47-3644-8294
www.belmetais.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

Carbo Import
+55 21-2294-4984
www.carboimport.com.br

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

Casa Design
+55 37-3322-3321
www.casadesigndecor.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

Decortextil
+55 19-3478-5005
www.decortextil.com.br

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

Destack Moveis
+55 17-3422-4040
www.destackmoveis.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

E

Elegant Solutions
+55 11-2369-1033
www.elegantsolutions.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

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 Collection
+55 11-2779-3321
www.homecollection.com.br

TODA A FORÇA E EXUBÊRANCIA

CROMA DESIGN STUDIO

EM RACKS, PAINÉIS E HOME THEATERS DE
ALTA QUALIDADE E DESIGN EXCLUSIVO

UNIVERSUM
MÓVEIS

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

I

Ilha Bela Móveis
+55 54-3453-4113
www.ilhabelamoveis.com.br

I' M IN
+55 35-3472-2396
www.iminhome.com.br

Imperial-Casavetti Estofados
+55 54-3454-9799
www.vilaimperial.com.br

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

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

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

Insight
+55 47-3563-1053
www.tminsight.com.br

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

Iummi Home Fashion
+55 54-2621-7030
www.iummi.com.br

J

Jowanel Ind. de Móveis Estofados Ltda.
+55 17-3421-7095
www.jowanel.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

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

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

Matrezan
+55 54-3275-1225
www.matrezan.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

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

Ornamental Art Design
+55 48-3651-1300
www.santaluziamolduras.com.br

P

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

P&C Artemobili
Tel: +55 54-3242-1890
www.pcartemobili.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.patariaalves.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

Rojemac
+55 11-3616-9900
www.rojemac.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

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

Secrets de Famille
+55 11-3083-7949
www.secretsdefamille.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

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

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

Tapecouro
+55 16-3727-1164
www.tapecouro.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

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

Tissot & Cia Ltda.
+55 54-3421-4000
www.tissot.com.br

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

Tradeflow - TFL
+55 11-5084-4362
www.tflbr.com

Trapos e Fiapos
+55 86-9910-0101
www.traposefiapos.com.br

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

Trevisan Concept
+55 51-3013-6087
www.trevisanconcept.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

mobiliário daf

Alta Costura

www.moveisdaf.com.br I (54) 3388.9510
Av. Garibaldina, 1185 I Garibaldi I RS I Brasil

20ª abimad

a arte de vender tendências

DATA: 27 A 30 DE JULHO DE 2015
HORÁRIO: DIAS 27 A 29 DAS 10H ÀS 19H
DIA 30 DAS 10H ÀS 17H
(ÚLTIMO DIA CREDENCIAMENTO ATÉ ÀS 12H)
LOCAL: EXPO CENTER NORTE

www.abimad.com.br

Local EXPO CENTER NORTE
CENTRO DE EXPOSIÇÕES E CONVENÇÕES

Realização abimad