

Century

COMODIDAD CAMBIA TODO





Century
COMODIDAD CAMBIA TODO

@meucentury | meucentury.com



Proyecto
Ninha Chiozzini

Expositor
Oficial



Salone
del Mobile.
Milano



Lea esta revista
en español



Read this magazine
in english



CONTENIDO

P14 Embajadora Century

P16 Studio Century

P30 Atmósfera Century

P40 pontovírgula

P64 Especial CasaCor

P80 Century 24 Años

P84 Convención 2023

P86 Sección catálogo

REVISTA CENTURY

DIRECCIÓN Y CURADURÍA
Nathalia Samorano

DIRECCIÓN GENERAL
Julio Cesar Samorano Filho

DIRECCIÓN DEL CONTENIDO
Priscila Belai

EDITOR PERIODISTA
Vinicius Lima • MTB 9416/pr

FOTÓGRAFO
Jefferson Ohara

DISEÑO
Vinicius Fialho

06

FRONTERAS EN EXPANSIÓN

Julio Cesar Samorano Filho habla de cómo Century conquistó mercados internacionales

10

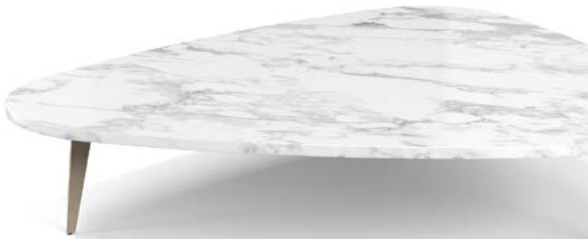
CENTURY DE CASA NUEVA

Un complejo ya en construcción albergará el nuevo parque industrial de Century, mucho más moderno y con el doble de capacidad productiva

22

CENTURY EN MILÁN

Conquistamos un lugar de destaque en la Feria del Mueble de Milán, la más grande del mundo en términos de tendencias en diseño y decoración



26

CENTURY NÁUTICO

Lanzamos una colección exclusiva para embarcaciones de grande porte. ¡Verifique!



32

TIENDAS EXCLUSIVAS DE CENTURY

En Brasil y en el exterior, las tiendas exclusivas de Century transmiten una atmósfera de mucha comodidad

42

SECCIÓN DE INVITADOS

Una selección de grandes nombres que traen en su arte la esencia del ser Century



Fronteras en expansión

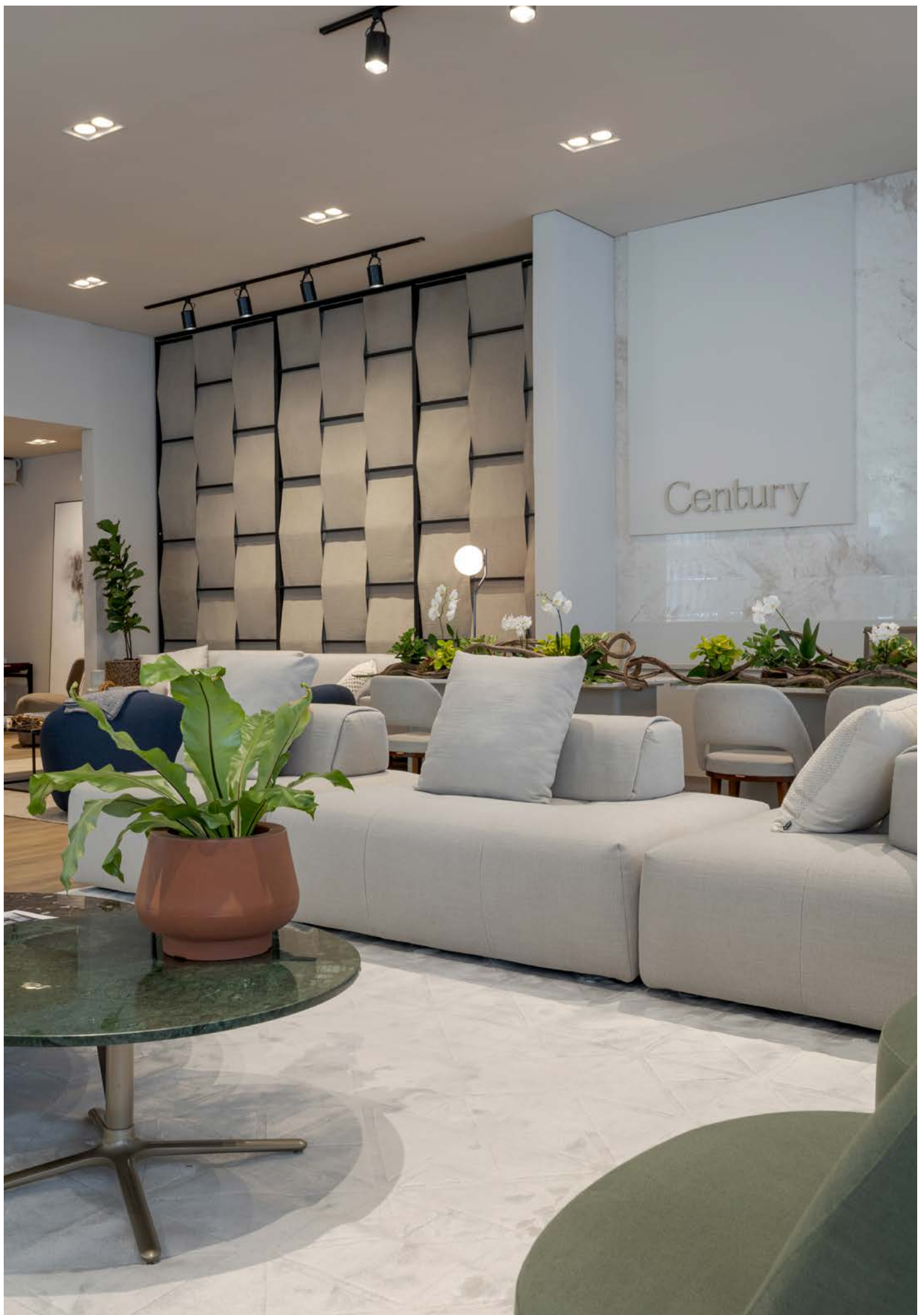
El mercado de exportación de Century creció un 40% en el último año, a través de alianzas y representaciones en países como Francia, Catar y Alemania, ganando destaque y amplia aceptación para el mobiliario y diseño brasileño en un mercado liderado por Italia y Asia

POR JULIO CESAR SAMORANO FILHO

Las transformaciones experimentadas en los últimos años por la cadena productiva global han demostrado a las empresas de todo el mundo que es peligroso concentrar sus compras en un solo lugar. Esta realidad también se aplica a nuestro mercado de decoración de lujo, donde los minoristas de todo el mundo, que durante décadas concentraron sus compras en los mercados asiático e italiano, se vieron afectados por la escasez de productos para satisfacer sus demandas y las de sus consumidores.

Frente a este movimiento global por abrir nuevas fronteras de importación, Century, que ya contaba con un departamento de exportación consolidado para atender los mercados de Estados Unidos y América Latina, obtuvo un gran reconocimiento internacional en un tiempo récord. Marcamos la entrada en países europeos y también en Medio Oriente, con altos niveles de aceptación por parte de un público exigente y acostumbrado al diseño italiano.

La percepción de valor y calidad del producto brasileño ha sido cada vez mayor para la opinión extranjera. Los muebles brasileños no son vistos en el exterior como una alternativa barata, sino como un producto de calidad certificada y con un diseño extremadamente autoral y original. Tanto es así que, incluso con nuestro tipo de cambio devaluado, los productos de Century compiten en términos de valor con los italianos, no con los chinos.



Nuevos mercados, nuevas demandas

Tuvimos el honor de recibir en nuestra fábrica a varios compradores internacionales que quedaron sorprendidos por la calidad del producto y toda la ingeniería que desarrollamos para atender inicialmente al mercado americano, que es sumamente exigente, especialmente en términos de comodidad. Otra gran oportunidad para probar nuestro producto en el mercado internacional fue nuestra exposición, por primera vez, en el Salón del Mueble de Milán, la feria de tendencias de muebles más grande del mundo, de la que más adelante leerás sobre este gran logro para Century. Durante estos 6 días de feria, tuvimos contacto activo y promovimos reuniones con más de 90 clientes potenciales, de 42 países diferentes, quienes fueron unánimes en reconocer nuestra diferencia, principalmente en cuanto a ergonomía y comodidad.

Actualmente, Century tiene representación en Uruguay, Bolivia, Paraguay, Panamá, Argentina, Chile, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Surinam, Costa Rica, Nicaragua, Puerto Rico, Estados Unidos, Alemania, Qatar, Francia y República Dominicana. Estamos estableciendo nuevas alianzas con minoristas en Arabia Saudita, Ghana y Estados Unidos, además de varios otros contactos en la fase de negociación.

Para atender toda esta demanda, incrementamos y profesionalizamos aún más el departamento de comercio exterior, con empleados dedicados exclusivamente a las actividades comerciales y operativas de este sector. Hemos realizado mejoras en el empaque y los procesos internos para garantizar que los productos lleguen sin daños a sus destinos, ya sea por aire, tierra o mar.

Actualmente, de los más de 300 productos que se fabrican al día en el parque industrial de Century, ninguno es igual a otro. Este mercado de personalización extrema, que ya es tan comúnmente aceptado y extendido por el mercado de lujo brasileño, es algo extremadamente raro. En nuestra experiencia internacional, no conocemos ninguna marca asiática o italiana que haga este tipo de entrega.

Nuestros clientes internacionales se han visto sorprendidos por la posibilidad de ofrecer un producto personalizable a sus clientes, ya sean consumidores finales o arquitectos y decoradores profesionales. Debido a la compleja logística involucrada en el envío de productos a nivel internacional, el proceso de personalización aún ocurre gradualmente con clientes de otros países. Estos, para optimizar los costos de transporte, compran en gran escala y se abastecen, sin embargo, aquellos que tienen un flujo de salida de al menos un contenedor por mes, son capaces de realizar pedidos personalizados.

El trabajo del departamento de comercio exterior de Century ha sido, más que conquistar nuevos mercados, el de fortalecer a los socios internacionales actuales, para que tengan un flujo de pedidos que potencie su capacidad de realizar pedidos personalizados, sumando este gran diferencial a su mercado local.





Century

de casa nueva



A mediados de 2025, Century tendrá un nuevo parque industrial, un complejo de gran escala que triplicará la capacidad de producción de la industria y recibirá a cientos de empleados en espacios que evocan sentimientos de bienestar y calidad de vida

PROYECTO ARQUITECTÓNICO **VERRI & GALVÃO ARQUITETOS**



"Todo baila, estando en una casa en cambios". En una empresa en constante renovación e innovación y en constante búsqueda de la mejora de técnicas, procesos y personas, el cambio se ha convertido en parte de la propia cultura organizacional de la marca, vista por nosotros con la misma ligereza de la poesía citada de Paulo Leminski. Esta vez, sin embargo, el cambio será un poco más literal: Century ganará un nuevo hogar, en una nueva dirección, un grandioso complejo, ya en construcción, que trae consigo los objetivos de expandir la marca y dar la bienvenida aún más humanizada a los cientos de colaboradores que conforman nuestra industria.

Ubicada en la misma autopista de la dirección actual, la nueva fábrica de Century estará a pocos minutos de su antigua sede, en un terreno propio de 125.000 m². El edificio, cuya fachada se extenderá por más de 100 m, será sin duda un hito geográfico en la autopista principal que conecta Maringá con la capital de Paraná. Diseñado por Verri & Galvão Arquitetos, el proyecto es icónico no solo en la imponente fachada,

sino en toda la extensión de un conjunto compuesto por varios edificios, cada uno con funciones administrativas, operativas e industriales específicas, todos los cuales están interconectados por pasarelas y mesetas en diferentes niveles, inundando todo el espacio con un paisajismo muy presente, gradas exteriores y mobiliario urbano que dotan al espacio de una permanente sensación de conexión con el exterior.

TODO NUEVO DE NUEVO

La arquitectura de un complejo cuya función principal es albergar un parque industrial pasa no solo por manos de arquitectos e ingenieros civiles, sino también por profesionales de la ingeniería de producción, responsables de definir el flujo de personas, insumos, materias primas y despacho y almacenamiento.

En el caso concreto de Century, donde los más de 300 productos que se fabrican al día en la actualidad son absolutamente todos diferentes entre sí, esta ingeniería de producción necesitó evolucionar durante



Vista superior de la rampa que conecta la fábrica con el tercer piso del edificio administrativo, donde se ubicará el auditorio con capacidad para 180 personas.

años hasta estar preparados para, hoy, triplicar la capacidad productiva a través del nuevo parque industrial. Esto contará con la mayor automatización industrial posible dentro de un sistema de producción que sigue siendo extremadamente artesanal y personalizado.

Para la nueva casa de Century, buscamos a través de la arquitectura evocar los sentimientos de confort que son nuestra principal marca, brindando a los colaboradores la posibilidad no solo de desarrollar el confort a través de nuestros productos, sino de vivirlo intensamente en su día a día.

El gran vagón que albergará el parque industrial está físicamente segmentado en 4 núcleos interconectados, todos constantemente bañados por ventilación y luz natural. Este vagón industrial se ubica en la parte central del terreno, conectado al edificio administrativo que conforma la fachada por una pasarela suspendida que conduce directamente al tercer piso del edificio, brindando una vista aérea de todas las plazas sociales, centros de acogida, gradas

outdoor, restaurante de colaboradores y showroom para comerciantes y representantes comerciales que visitarán la fábrica.

La visita técnica de comerciantes, representantes de la marca y arquitectos asistidos por ellos será una constante en la nueva casa Century, que recibirá un showroom de 800 m² y un auditorio con capacidad para 180 personas. Pensando también en ellos, los directores de la fábrica desarrollaron el Museo Century, un espacio dedicado a conservar una historia que comenzó en la década de 1940 a través de Miguel Samorano.

Según el arquitecto Anibal Verri, "el proyecto de la nueva fábrica Century se concibió en base a una preocupación constante de los directores por llevar diariamente a sus colaboradores al lugar más hermoso dentro de su vida cotidiana, esto generó un proyecto que además de todas las especificidades de una necesidad práctica e industrial, trajo un carácter humanizado en cada detalle, con accesibilidad, sostenibilidad y un sentimiento natural de pertenencia".

Lucila Zahran Turqueto es la nueva embajadora Century

Luego de dos años de proyectos especiales, Century amplía su alianza con la periodista y fundadora de Casa de Valentina

Con el objetivo de fortalecer la relación con todos los públicos que conforman el ecosistema de la arquitectura y la decoración, Century orgullosamente anuncia a la periodista y fundadora de Casa de Valentina, Lucila Zahran Turqueto, como embajadora de la marca en 2023.

Century inició alianzas específicas con la periodista hace dos años como una forma de ampliar la visibilidad de los productos de la marca en los canales digitales a través del sello de Casa de Valentina, considerado el blog de diseño y decoración más influyente de América Latina.

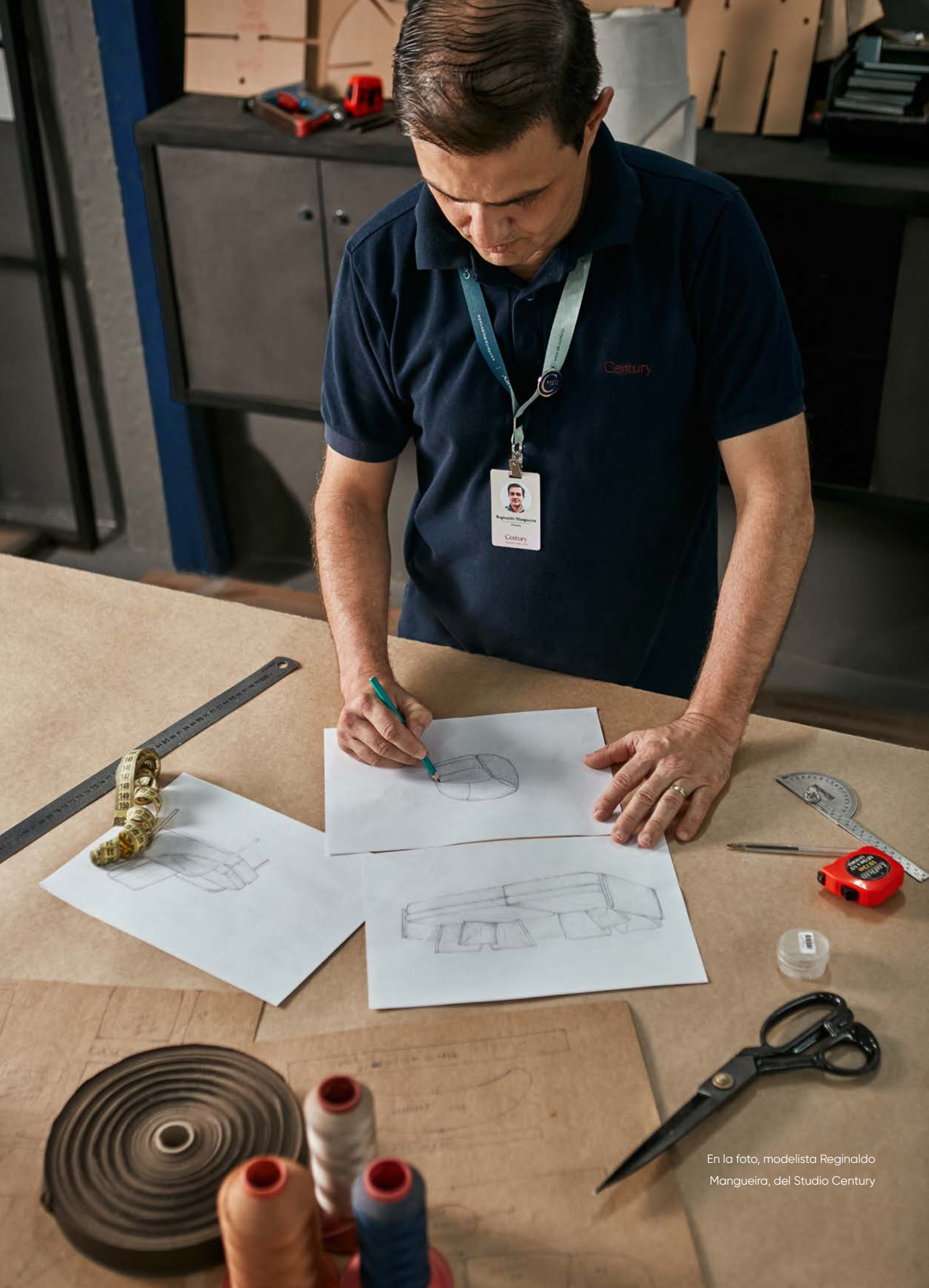
"A lo largo de los proyectos creamos una relación de confianza mutua, que resultó en una sinergia vista y reconocida por todo el mercado", dice Nathália Samorano. "Además de compartir ciertos valores, Lucila es una excelente comunicadora, capaz de aportar valor a todos los eventos y campañas que proponemos, abriendo un diálogo directo con arquitectos, prescriptores y nuestros clientes minoristas".

Actualmente Lucilla es una de las principales formadoras de opinión en el segmento de la decoración en Brasil, actuando en el área desde 2008 cuando fundó el blog Casa de Valentina. "El canal nació cuando necesitaba referencias para planificar mi propia casa, así que trato de trabajar y consumir marcas que conozco profundamente y en las que confío, y Century es una de ellas", dice Lucilla.

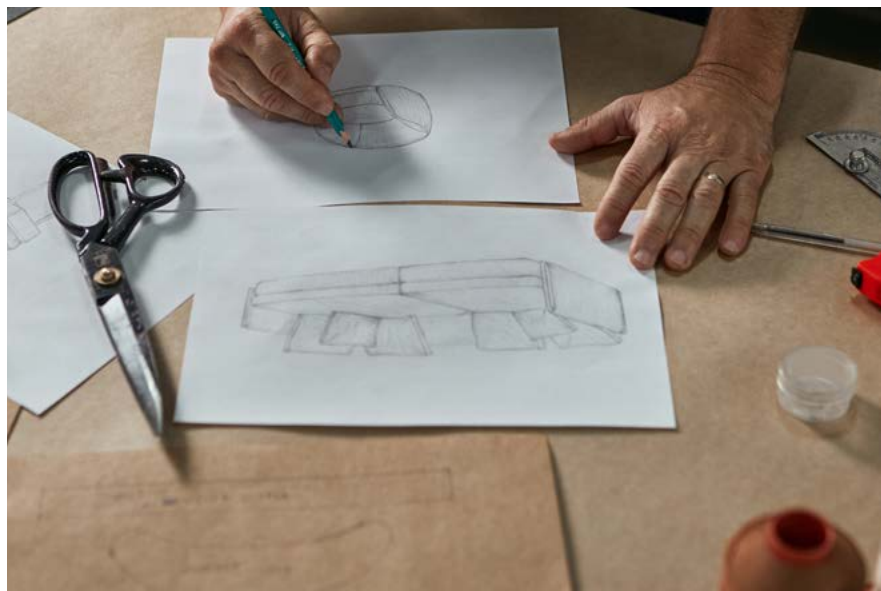
Como Embajadora de Century, Lucila continuará liderando el Road Show Century, que tiene como objetivo llevar eventos sobre el ecosistema de decoración y arquitectura a las tiendas asociadas de la marca en todos los rincones de Brasil. Las primeras cinco ediciones se realizaron en 2022 en Porto Alegre, Ribeirão Preto, Curitiba, Maceió y Maringá.

Lucila también hablará en los eventos internos y externos de Century a lo largo de 2023, además de participar en otros proyectos especiales. Nathália Samorano agrega que la asociación con la periodista también es una estrategia para crear experiencias de marca más inmersivas y ricas para todo el sector.





En la foto, modelista Reginaldo Manguiera, del Studio Century



Studio Century Diseño brasileño para el mundo

Con un equipo de más de 50 profesionales entre ingenieros, arquitectos, diseñadores y artesanos, Studio Century es un departamento dedicado exclusivamente al ejercicio creativo de investigación y desarrollo de nuevas líneas y conceptos

POR NATHALIA SAMORANO

De los 17 empleados que componían el equipo de Century en el momento de su fundación a los más de 500 empleados presentes en la industria hoy, vemos un salto no solo en números, sino en toda una cadena de gestión de personas y procesos que ha evolucionado - y continúa evolucionando - hasta hoy. Además de toda la tecnología empleada en nuestros procesos de fabricación a lo largo de los años, toda la inteligencia de mercado y el reposicionamiento de marca, uno de los departamentos que más evolucionó fue sin duda el departamento creativo, Studio Century.

Nos dimos cuenta de que para que nuestros productos estuvieran alineados con los objetivos de la

marca, era necesario mucho más que desarrollar piezas inspiradas en las tendencias lanzadas en Italia, requirió un equipo de profesionales dedicados exclusivamente a comprender e incluso anticipar las tendencias de comportamiento en el mercado brasileño. Luego viene el desafío de traducir todo esto en el diseño de líneas que satisfagan plenamente las necesidades del mercado de nuestros comerciantes, representantes comerciales, arquitectos y profesionales que concretan nuestros productos.

Este entendimiento fue un punto de inflexión muy importante y definitivo en Century, cuando la marca comenzó a ser reconocida no solo por la calidad

constructiva de las piezas, sino también por el diseño autoral y brasilidad, siendo elegidos por reconocidos profesionales para componer los principales espectáculos de decoración de Brasil.

Con la expansión del departamento de exportación y Century ganando territorios cada vez más alejados de nuestras fronteras, la compañía dio el importante paso de sumar la plataforma WGSN, una autoridad mundial en pronóstico de tendencias de consumo, para soportar todo el proceso de curaduría desarrollado dentro de Studio Century. "Fue el trabajo colectivo de todos los más de 50 profesionales de Studio Century, con una investigación exhaustiva y cientos de horas de prueba de nuevas tecnologías que dieron como resultado colecciones que agregan diseño y comodidad de una manera que solo nosotros podemos hacer", explica Nathália Samorano. En otras palabras, Studio Century es uno de los principales responsables de llevar a cabo las intenciones de la marca de desmitificar la premisa de que la comodidad y el diseño no pueden coexistir. "No basta con ser bello y tener gran atractivo visual en la composición de ambientes sofisticados, también se necesita ser cómodo y funcional", dice Nathália.

DISEÑO FIRMADO

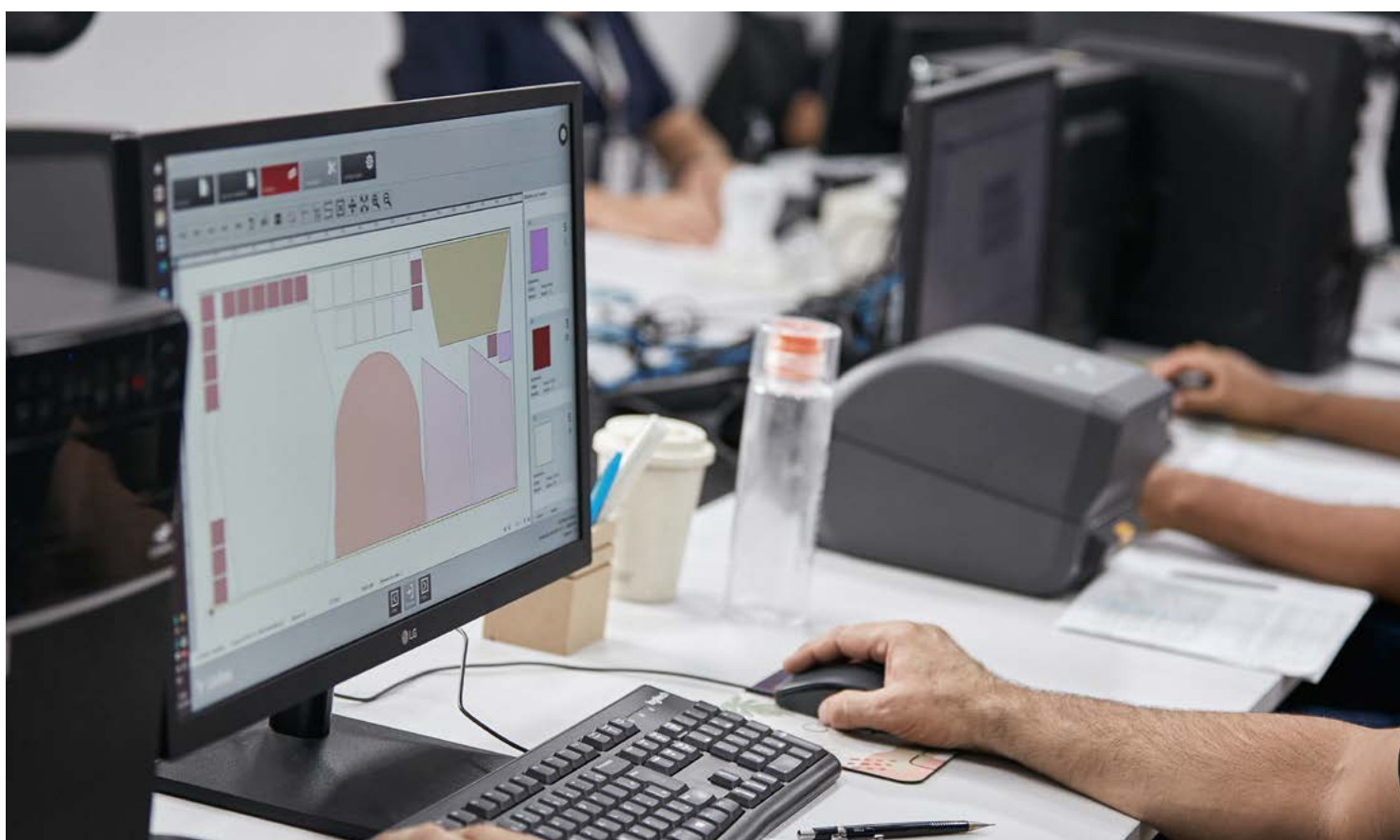
Todo el diseño desarrollado por Century se concentró exclusivamente en el equipo interno de la empresa, como estrategia para preservar los valores y propósitos de la marca siempre alineados con la forma y el diseño de las líneas lanzadas por Century. Sin embargo, fruto de una búsqueda de más de 5 años, el año pasado incorporamos por primera vez en la historia de la empresa un diseñador externo que aportará una nueva visión y una nueva tecnología en el desarrollo de una línea con un diseño diferente a todo lo que Century ya haya hecho.

Hablamos de Daniel Simonini, un diseñador brasileño con capacitación en diseño de productos y con más de 20 años de experiencia en Italia, de la que tendrá la oportunidad de conocer más en la página 56. Para Nathália Samorano, directora creativa y de marketing de Century, el encuentro de Simonini traduce la esencia misma de la marca para promover siempre el buen diseño con la comodidad. "Por tener una oficina tanto en São Paulo como en Italia, Simonini llegó listo, con un toque italiano y todo el carácter brasileño de comodidad, practicidad y funcionalidad que buscamos en todas las líneas".

Otro gran diferencial del diseñador Simonini es su relación con la industria misma. A diferencia de los profesionales que venden un diseño, Simonini vende una estrategia traducida en diseño. "Nuestro objetivo al agregar un diseñador externo no es simplemente tener una pieza de diseño firmado en nuestro portafolio, es buscar la creación conjunta de un profesional que esté dispuesto a comprender cuál es el valor y el propósito para nosotros, nuestras estrategias y utilizar el diseño como una herramienta para lograr estos objetivos".

Siguiendo este movimiento, próximamente Century también presentará una pieza firmada por la diseñadora Natasha Schlobach (ver más en la página 54), una unión realizada a través del programa APEX llamado Brasil Design + Indústria, que reúne a diseñadores e industrias relevantes del segmento con el objetivo de desarrollar piezas que se exhiben en las principales ferias de diseño del mundo, promoviendo así el diseño brasileño en el exterior.

Para 2023, Century ya tiene una participación confirmada en la ICFF (The International Contemporary Furniture Fair) en Nueva York, en el Salón del Mueble de Milán y también en Fuorisalone, feria paralela al Salón de Milán.





LÍNEA FIRMADA SIMONINI + CENTURY



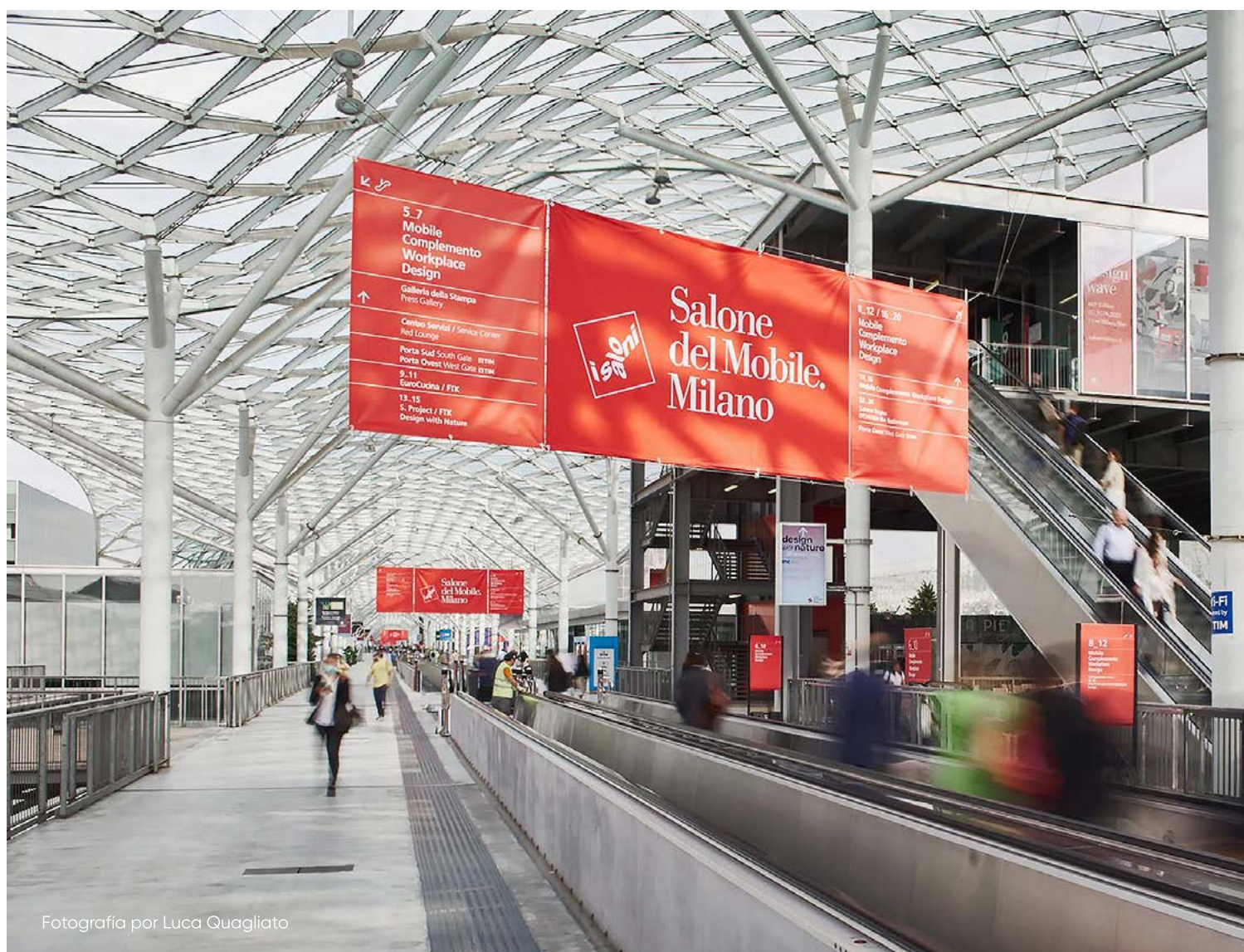
Century
by SIMONINI



mani
fes
t

MILÁN

Exponer en el famoso Salone del Mobile Milano, el mayor evento dedicado al sector del mueble del planeta, ha sido un gran logro para Century, que tuvo el honor de representar la industria brasileña, mostrando al mundo que aquí también se hace alto diseño



Fotografía por Luca Quagliato



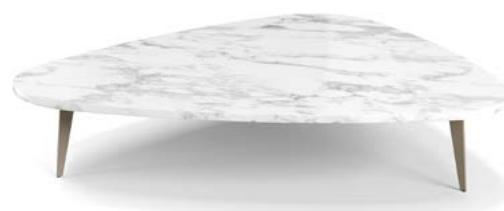
Yoko Ono dijo una vez: "Un sueño soñado juntos es una realidad". Esta premisa se hizo realidad en Century cuando, juntos, vivimos el sueño de exponer por primera vez en la Feria del Mueble de Milán, la más grande e importante del mundo en tendencias de diseño de muebles. Estar presente en la 60 edición de iSaloni fue un hito y un motivo de gran emoción para toda la familia Century. El día que cerramos las puertas del contenedor que cruzaría el Atlántico con nuestros productos para aterrizar en Italia, todo el parque industrial aplaudió de pie.

Esta gran conmoción vivida colectivamente en Century y entre todos los socios que representan la marca en Brasil y en el mundo, fue aún mayor por el hecho de que la invitación a participar de la feria vino del gobierno brasileño, a través de APEX (Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Invetimentos), siendo Century la única marca nacional del sector de la tapicería en representar a Brasil en Milán en 2022. Tuvimos el honor de tener nuestro stand junto a grandes nombres del mercado de la decoración de lujo, como Ornare, By Kamy, Modalle, Cristais São Marcos, grupo Herval y Tramontina. "Incluso antes de ir a la universidad ya estaba visitando Milán con mis padres, volver a la feria como expositora e incluso por invitación de mi país es una gran emoción y una certeza de que estamos en el camino correcto", dice emocionada Nathália Samorano.

Seleccionar un volumen reducido de productos de la amplia cartera de Century para componer nuestro stand en Milán no fue tarea fácil. Con Curaduría del Studio Century y con unos meses de preparación, elegimos los sillones Almeria y Cartagena, las mesas Pisac, Alexandria y Santiago y los sofás Andros y Alladro, este último en una modulación sencillamente poco convencional. El stand fue un éxito y arrojó más de 90 encuentros activos de Century con representantes

de 42 países diferentes. Nos damos cuenta de que la mayoría de las personas se sorprenden al descubrir que el origen y la fabricación del producto es 100% brasileño. “El mundo en general aún no ha descubierto todo el potencial de Brasil en la producción de muebles de alta gama, con la calidad y el rigor estético que logramos entregar”, explica Rodolpho Alves, gerente del Departamento de Comercio Exterior de Century.

Durante la feria, tuvimos una sorpresa más. Recibimos una segunda invitación de APEX para participar nuevamente el próximo año en la feria, esta vez a través de dos proyectos sectoriales diferentes. Solo para aclarar: este año estamos exhibiendo en iSaloni a través del Proyecto Sectorial Brasileño de Muebles, promovido por APEX en sociedad con Abimóvel (Asociación Brasileña de Industrias de Muebles) con el objetivo de expandir y promover la competitividad de la industria brasileña de muebles en el mercado internacional. A través de este programa representamos al país como industria del mueble, en un stand propio. El próximo año, además de participar con este mismo formato, también seremos parte del programa Brasil Design + Indústria, que integra a reconocidos diseñadores nacionales a las industrias que proponen ejecutar sus piezas. Nuestra asociación será con la diseñadora Natasha Schlobach y la pieza creada en colaboración con ella ya está confirmada para exhibición en la feria ICFF (The International Contemporary Furniture Fair) de Nueva York, en el Salón del Mueble de Milán y también en Fuorisalone, una feria paralela al Salón de Milán. “El próximo año, Century estará presente en Milán en tres ocasiones, además de ir a Nueva York, una oportunidad múltiple para potenciar la exposición de nuestro diseño a todo el mundo. No puedo esperar”, concluye Nathália.



En la página anterior, piezas
expuestas en iSaloni en
Milán. De arriba a abajo:
Sillón Almería, Mesa Pisac,
Mesa Santiago, Sofá Andros
y Sofá Alladro.



Es sofisticado

Es náutico

Es Century

Con un ADN innovador, Century lanza una línea de productos exclusivos para embarcaciones de lujo, abriendo un mercado para la personalización de interiores de grandes embarcaciones y lanchas rápidas, con diseño asociado a alta tecnología

El mercado náutico en Brasil crece a una media del 10% anual, situando al país entre uno de los principales importadores de Europa y Estados Unidos, además de atraer a muchas empresas y astilleros atentos a la oportunidad de establecer fábricas en el territorio nacional. Atenta a este mercado, Century lanzó recientemente una línea náutica diseñada exclusivamente para satisfacer una demanda reprimida de personalización interior de grandes embarcaciones, como explica Nathália Samorano: "los barcos de más de 30 pies tienen un interior personalizado, como un apartamento; los propietarios de este tipo de embarcaciones incluso contratan arquitectos y decoradores para diseñar estos espacios, pero el mercado carecía de una empresa que ofreciera soluciones para este mobiliario interior".

El catálogo náutico de Century fue diseñado para ofrecer toda la flexibilidad y creatividad a los profesionales en la concepción del interiorismo de las embarcaciones, todo ello asociado a tejidos y espumas de la más alta tecnología, adecuados a la realidad de uso que se realiza en el interior de las embarcaciones. "Son telas que se pueden mojar, son 100% lavables y resisten el uso de blanqueadores y productos de limpieza sin perder sus características esenciales de color y textura, además de ser eco friendly y pet friendly", destaca Nathália.

Con toda esta tecnología incorporada, los productos de la línea



Yate de recreo de Volvo
Penta, marca líder en el
mercado de embarcaciones
de más de 40 pies, con la
que Century ha desarrollado
una línea náutica exclusiva

náutica de Century brindan a los usuarios la libertad de disfrutar de los muebles sin preocuparse si el cuerpo está mojado, con protector solar o bronceador, lo que garantiza practicidad y tranquilidad durante el tiempo libre. “Beber un vino tinto en alta mar nunca más será un problema”, dice Nathália.

Junto con la línea náutica de Century, llegó una asociación de la que la empresa está muy orgullosa: Volvo Penta, líder en el mercado náutico de recreo con embarcaciones de más de 40 pies. Century, junto a Volvo, participó de la 25ª edición del São Paulo Boat Show, evento realizado en la ciudad de São Paulo que generó más de R\$ 200 millones en negocios y reunió a los mayores astilleros del segmento. Para Gabriel Barsalini, Director Presidente LATAM de Volvo Penta, la alianza con Century representa la oportunidad de asociar dos empresas que tienen tradición y calidad en el mercado del lujo: “a primera vista son mercados y productos diferentes, pero tenemos en común con Century la innovación, tecnología y enfoque en la comodidad, lo que hace que esta asociación sea un gran éxito”, concluye Gabriel.





En esta página y al costado, imágenes del stand de Century en asociación con Volvo Penta en la Edición 2022 del São Paulo Boat Show, donde ambas marcas presentaron al mercado su alianza en el desarrollo de una línea náutica que es pura tecnología

ATMÓSFERA CENTURY

MÁRCIA GOMES

NOVITÀ MOBILIÁRIO DECOR,
RIBEIRÃO PRETO
@novittadecor

Novità Mobiliário Decor abriu hace 5 años en Ribeirão Preto, São Paulo. Recientemente, la tienda pasó por un reposicionamiento estratégico de la marca, que llevó a su fundadora, Márcia Gomes, a buscar una sociedad exclusiva con Century para toda la línea de tapizados. "Buscamos en todo el mercado socios que estuvieran alineados con la nueva cara y el nuevo concepto que desarrollamos para la tienda a través de un trabajo de reposicionamiento, así llegamos a Century, una marca que goza de gran credibilidad, tiene tiempo en el mercado y un diseño alineado con nuestras exigencias", dice Márcia Gomes, propietaria de la tienda.

Para Márcia, la sociedad con Century también es una forma de dinamizar la tienda y ampliar las opciones de productos disponibles en su showroom a través de las líneas complementarias de Century: "La diversidad de productos que Century tiene en su portafolio hace que la marca sea mucho más vendible, con una dinámica rotacional de productos en la tienda, siempre renovada y con novedades. Con Century participamos más en el diseño de casas y departamentos en su conjunto".

Este dinamismo y flexibilidad de las líneas de Century fue evidente en el espacio diseñado por el dúo de arquitectos de Manarelli Guimarães, Thiago Manarelli y Ana Paula Guimarães, en asociación con Novità para Casacor Ribeirão Preto 2022.

El ambiente es un living residencial y un ambiente corporativo lado a lado, con Century presente con gran profusión, tanto en tapicería como en mobiliario complementario. "Fue uno de los espacios más funcionales de la feria, que se convirtió en un gran centro socializador, mostrando todo el potencial de confort que solo Century puede promover", dice Márcia.



MARCIA ALMEIDA

CASA VILLA BATEL DECOR, CURITIBA
@marciacalmeida @villabatel

La alianza con la tienda Villa Batel Decor de Curitiba es una de las más duraderas de Century, una alianza que se remonta a más de 20 años, cuando Marcia Almeida, ícono de la moda en la ciudad de Curitiba y figura pública de gran influencia en la región, conoció a Century a través de su fundador Julio Cesar Samorano. Desde entonces, toda la línea de tapicería de la tienda ha sido 100% Century. "Puedes encontrar a Century en todos los ambientes presentes en la tienda, me aseguro de usar la marca en cada ambiente, en cada decoración, porque la marca tiene un lenguaje estético increíble, sin perder sus cualidades funcionales que son tan importantes en el día a día de nuestros clientes y de los arquitectos que trabajan con nosotros", explica Marcia.

Villa Batel fue una de las tiendas seleccionadas por Century para, en 2022, formar parte de un circuito de eventos que tuvo lugar en todo Brasil. Hablamos del Road Show liderado por Lucila Zahran Turqueto, de Casa de Valentina. Para esta ocasión, Marcia invitó a ocho oficinas y profesionales a firmar ocho espacios dentro de la tienda, en una exposición que llevó el nombre de Mostra Villa Batel Century. "Hubo varios estilos, diferentes lenguajes y tonos, un espectáculo que denota toda la flexibilidad de Century para componer diferentes ambientes y atender a todo tipo de familias", concluye Marcia.



WELLINGTON THEOTONIO

GRUPO VB DESIGN,
MACEIÓ
@grupovbdesign

Al frente de la marca durante 33 años, Wellington Theotonio, fundador de VB Design en Maceió, es socio de Century desde hace más de 15 años. La tienda, que se ha convertido en referencia en diseño y estilo en el Estado de Alagoas, cuenta con una amplia gama de productos de la línea Century. "Nuestra asociación con Century se remonta a mucho tiempo atrás, y he notado que en los últimos años la marca ha estado invirtiendo mucho en diseño, calidad, servicio y capacidad de entrega", dice Wellington. Según él, poder ofrecer a sus clientes y arquitectos socios la posibilidad de personalización 100% de la línea Century es un gran diferencial que agrega valor a la marca. "Es raro que grandes parques industriales como el de Century nos permitan personalizar los productos, y ese es el gran diferencial de Century, permite la personalización para que las piezas encajen perfectamente en los proyectos arquitectónicos", concluye.

Exclusiva Century

Las exclusivas tiendas Century en Brasil y en el exterior tienen, en la concepción de su arquitectura y distribución interna, un cuidado extremo con el confort visual y la experiencia del cliente. Ante este desafío, la arquitecta Isabella Martinello habla sobre el diseño de las nuevas tiendas exclusivas Century

Si alguna vez has entrado en una exclusiva tienda Century, te habrás dado cuenta de que todo el entorno te da la sensación de estar en casa. Diseñadas por la arquitecta Isabella Martinello, las tiendas 100% Century rebosan comodidad, no solo por el mobiliario presente en la tienda, sino también por la elección estratégica de cada elemento, material e iluminación que componen los espacios. “Le damos mucha importancia a los materiales naturales, las texturas orgánicas, la vegetación y la iluminación etérea que aporta calidez”, explica Isabella.

Por estar ubicadas en distintas regiones del país e incluso del exterior, las tiendas Century también reciben características del lugar donde se ubican, agregando identidad autoral al proyecto y, por supuesto, valorando la sustentabilidad. “En la tienda ubicada en Bolivia, por ejemplo, no tiene sentido usar un mármol nacional que tendría que ser transportado por kilómetros, también tenemos que ser conscientes de esa eficiencia energética”, enfatiza Isabella. Esta tienda, ubicada en Santa Cruz de La Sierra, Bolivia, tiene un predominio de maderas nobles de la región,

que ya estaban presentes en el edificio en que se instaló la tienda, dándole un aire clásico y elegante al proyecto.

Una de las tiendas más recientes está en Londrina, Paraná. Ésta ganó aires contemporáneos por estar ubicada en un edificio de líneas actuales y atrevidas. “Century puede estar presente en hogares muy diferentes, y nuestras tiendas propias denotan esa característica de versatilidad tan presente en la marca. Aunque diferentes, las tiendas Century tienen una esencia única, minimalista, donde el cliente puede sentirse como en casa y tener una experiencia sensorial a través de texturas, olores y mucha belleza contemplativa”, destaca Isabella.

La tienda de Maringá, la primera en ser inaugurada en el país, también experimentó recientemente una gran expansión. ¿El objetivo? Convierte el showroom en un verdadero hogar, con todos los diferentes ambientes que componen un hogar. Todo ello pensado en un layout hecho para tener el mismo dinamismo con el que la fábrica lanza sus nuevas colecciones, es decir, las divisiones realizadas con pantallas y telas permiten reinventar el interior de la tienda cada cierto tiempo. ¡Un lujo!





Imagen 3D de la fachada de la Tienda Exclusiva Century en Santa Cruz de La Sierra, Bolivia. Abajo, una imagen real de la fachada de la Tienda Exclusiva Century de Maringá, Paraná



La Tienda Exclusiva Century de Maringá es el resultado de una sociedad con el Grupo Damasc, de Luiz y André Damasceno, padre e hijo que lideran el mercado de la decoración en la región. Formateado con el estándar establecido por la fábrica, la tienda, ubicada en una zona privilegiada de la hermosa Maringá, es sin duda la mayor y mejor vitrina de muebles de alta gama de la ciudad.

“Estamos, por así decirlo, en el patio trasero de la fábrica Century, trabajando en conjunto con una tienda vibrante y muy comercial”, declara Luiz Damasceno.

La tienda exclusiva Century de Maringá es la primera de un movimiento que ha sido adoptado por empresarios en Brasil y en todo el mundo. Para André Damasceno, Director de Marketing del Grupo Damasc, el ADN innovador de Century y los procesos de personalización industrial son el secreto del éxito comercial de la marca: “Es muy gratificante trabajar con Century, además de diseño vanguardista, innovación en productos y materias primas, la calidad y el buen gusto de la marca dan una huella muy buena a la venta”.





Concurso Living Urbano Century + Casoca

Century lanzó, en alianza con Casoca, una plataforma dirigida a arquitectos, diseñadores y decoradores, un concurso que batió récords de visualización y dio lugar a proyectos increíbles. ¡Verificar!

Casoca lanzó, en septiembre, el Concurso Living Urbano Century, para profesionales y estudiantes de las áreas de arquitectura y diseño de interiores de todo Brasil, el proyecto más votado por el público fue premiado con dos noches en el Hotel Rosewood, en SP.

Casoca es una plataforma dirigida a arquitectos, diseñadores y decoradores, preocupada por facilitar el flujo de trabajo de estos profesionales con una colección de productos de las mejores marcas del mercado. La valiosa alianza entre Century y Casoca comienza con el Catálogo de Bloques 3D de nuestros productos disponibles para descargar en la plataforma, de forma gratuita.

En el concurso, los participantes fueron desafiados

a utilizar los muebles Century disponibles en Casoca, para crear ambientes living inspirados por una de las tres personas: Rio de Janeiro, relajada y sofisticada; París, amante de las artes y la historia; o Nueva York, industrial y cosmopolita.

Los equipos de Casoca y Studio Century seleccionaron 6 ambientes, 2 representantes para cada persona, que fueron renderizados y fueron expuestos en la Mostra Century de Casoca entre el 4 y el 10 de noviembre. En una exposición de récord en la plataforma, el público eligió, a través de votación, el proyecto será premiado con dos noches en el lujoso hotel Rosewood São Paulo, ubicado en el nuevo complejo Cidade Matarazzo.



BARBARA MARTINS, PERSONA PARIS

“Rodeada y acogida por una localidad llena de encanto y personalidad, París deslumbra todas las miradas. La idea principal del proyecto sería traer un lugar acogedor, Century trajo las mejores opciones de comodidad.”

Productos utilizados: taburete Amélia, sillón Blake, sofá Normandia, banco Valea, sofá Ancona, silla Aston, mesa de centro Pisac, sillón Sérvia, mesa de centro Plana y puff Alcalá.



EL GRAN VENCEDOR:

ARTHUR DIAS, PERSONA NEW YORK

"Creo que los muebles elegidos tienen características minimalistas que dialogan entre sí, lo que permite utilizar una gran variedad de una misma empresa sin parecer un showroom, manteniendo el aire de hogar. Las líneas rectas contrastan con las curvas, aportando movimiento y creando diferentes espacios de permanencia. El propio mobiliario suele delimitar estos espacios, sin necesidad de paredes y puertas. Cosmopolita, moderna y al mismo tiempo clásica, dinámica y culta, así es Nueva York, y eso se refleja exactamente en los muebles Century elegidos".

Productos utilizados: sofá Berat, sillón Blake, sofá Banat, silla Round, sillón Sérvia y sofá Ancona.



EMANUELE BRAND, PERSONA NEW YORK

"Una de las composiciones favoritas fue la parte de la oficina donde evoca mucho la personalidad del personaje, donde se utilizó el sillón Edirne y el sillón Sérvia."

Productos utilizados: Mesa de centro Pisac, silla Aston, sofá Bedford, sillón Edirne, sillón Sérvia, mesa de centro Plana, sofá Andros y sillón Cartagena.



PISO 41, PERSONA PARIS

"Los muebles Century elegidos reflejan exactamente el concepto del proyecto: la mezcla de lo clásico y lo contemporáneo. Como ejemplo de esto, podemos mencionar algunas opciones: el sofá curvo y el "lado doble" aportan un toque de modernidad al proyecto".

Productos utilizados: sofá Andros, sofá Monterrey, silla Amélia, sillón Sérvia, puff Cantabya, mesa auxiliar Alexandria y sillón Mutênia.

BARBARA BALDO, PERSONA RIO DE JANEIRO

"Elegí modelos Century que permitieran valorizar la interacción entre los usuarios, además de aprovechar la maravillosa vista que nos ofrece la ciudad".

Productos utilizados: sillón Libia, banco Valea, sofá Ancona, sofá São Paulo, sofá Normandia, sofá Andros, mesa de centro Plana, sillón Asia y sillón Guadalajara.



VITOR CORREA, PERSONA RIO DE JANEIRO

"Para elaborar este proceso, imaginamos un individuo (Bernardo Pasquali), cantante de la banda Jovem Dionísio, que hace referencia al sueño de vivir en Copacabana en varias canciones, de manera jovial".

Productos utilizados: sillón Edirne, sillón Mutênia, sofá Monterrey y silla Aston.



Impermeabilización directa de fábrica

+seguridad + practicidad +tranquilidad
¡Vive tus momentos de confort sin preocupaciones!



Tratamiento
impermeable, resistiendo
las manchas y
facilitando la limpieza



Superficie catiónica,
evita la proliferación de
ácaros y bacterias



Libertad en la hora de la
merienda, las tareas
escolares y para que los
niños jueguen



Mayor resistencia que se
adapta a ti y a tu
mascota

Century

Nueva marca Nuevo objetivo Nuevo concepto

Century lanza una nueva marca, más joven, más competitiva, más minimalista y con mayor atractivo en sintonía con las tendencias de diseño actuales. Conozca la pontovírgula

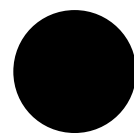
Century anunció recientemente al mercado el lanzamiento de una nueva marca, la pontovírgula, dirigida exclusivamente a la línea de tapicería y con la promesa de estar constantemente conectada a las más actuales tendencias y movimientos de diseño global. Nathália Samorano, directora creativa de Century, explica que la pontovírgula surge de la estrategia comercial del grupo de sumar una marca con valores competitivos y que tengan en su diseño la capacidad de actualizarse con el mismo dinamismo del universo digital: "La pontovírgula será una marca muy sesgada, dirigida a un público más joven y con aspiraciones de diseño".

Estratégicamente pensados para ser parte de la vida cotidiana acelerada de una audiencia más joven, los sofás y sillones pontovírgula fueron diseñados para ser piezas claves en espacios integrados donde los muebles a menudo juegan el papel adicional de dividir ambientes. "El público puede esperar principalmente sofás retráctiles, con toda la tecnología de confort que hemos desarrollado en la industria del tapizado, y con el diseño necesario para que estas piezas ocupen un lugar destacado en los hogares y en la vida de las personas", aclara Nathália.

Priscila Belai, gerente de marketing de Century, explica que toda la presentación visual de los productos de pontovírgula seguirá un estándar aspiracional, otorgando a sofás y sillones el verdadero

estatus de objetos de deseo y arte. "Estos muebles siempre se presentarán de forma monumental y soberana, con el producto como eje principal en las campañas de marketing".

A diferencia de Century, que ofrece una extensa gama de tejidos e infinidad de modelados y acabados, pontovírgula pretende llegar a un público que busca la practicidad incluso en el momento de la decisión de compra, presentando líneas mucho más objetivas y estilizadas. En este contexto, podemos esperar piezas minimalistas y conceptuales, para un público que anhela lo básico presentado de forma *premium*.



DV

pointovirgula



Century

INVITA

Grandes nombres que traen en su arte la
esencia de ser Century

Lucila Zahran Turqueto



Lucila, fundadora y editora de contenido del blog Casa de Valentina, acompañó a Century durante todo el año en un circuito de eventos denominado Century Road Show, a través del cual presentamos tendencias y caminos del diseño contemporáneo a destacados arquitectos de diferentes regiones del país para que estos profesionales puedan potenciar su marketing personal y de oficina. Confirmada como Embajadora de Century en 2023, Lucila habla en entrevista exclusiva sobre su experiencia con Century en varias capitales del país, y trae una pizca del contenido compartido durante los eventos.

[C] Viajaste con Century a diferentes estados de Brasil en el proyecto Road Show, ¿hay alguna diferencia entre los mercados nacionales?

[LT] Sí. Hay una diferencia significativa entre Estados y capitales, en términos de estilo y necesidades del mercado. Siempre que llegamos a una nueva ciudad para promocionar el Road Show, tengo la oportunidad de visitar la tienda asociada de Century en esa ciudad con anticipación y hacer una breve entrevista con el dueño de la tienda. Le pregunto cómo llegó a ese nicho de producto, y normalmente esta curaduría surge de las necesidades de los arquitectos y decoradores profesionales de esa región. ¡Es impresionante cómo esta cartera de productos difiere mucho de una región a otra! Es muy notorio cómo los aspectos culturales del Estado inciden en el estilo de los muebles expuestos en la tienda. En este sentido, hay algo muy interesante en el mix de productos de Century. Lo que noté es que, aunque los productos que se exhiben en las tiendas pueden incluso ser similares, la forma en que se fabrican las piezas es totalmente diferente. Es sorprendente cómo los profesionales pueden usar la personalización de Century para, a partir de la misma base o diseño, dar forma a muebles que traducen completamente la cultura y el gusto de personas de diferentes regiones.

[C] ¿Es la personalización una característica de alto nivel que llegó para quedarse?

[LT] Definitivamente sí. En uno de los eventos de Road Show, tratamos específicamente este movimiento global que he notado entre los arquitectos más destacados del mundo, que es la capacidad de contar una historia sólida a través de entornos, ya sea una casa, un apartamento, un espacio comercial o un espectáculo. Lo que he visto es que cada vez más profesionales de la decoración necesitarán ir más allá de lo universalmente aceptado como correcto según los estándares estéticos, y utilizar cada vez más al cliente, o al personaje, como co-creador de ese espacio vital. Esta tendencia fue señalada por Fashion Snoops, una reconocida plataforma que predice las tendencias de los consumidores. Según ellos, es muy posible que en los próximos años nos encontremos con obras que escapen de esa rectitud cartesiana que vemos en espacios como los showrooms, por ejemplo, y nos encontremos con interiores más caóticos, llenos de vida, que acompañan el dinamismo de quien vive allí. Cuando encontré esta tendencia en mi investigación me alegré mucho, porque estamos saliendo de dos décadas en las que los proyectos arquitectónicos eran, en su mayor parte, asépticos, con una impecabilidad casi intangible... Los profesionales del futuro tendrán que tener la capacidad de desarrollar una mayor empatía, profundizar en

la historia del cliente, aceptar las diferencias culturales y hacer de la casa un verdadero archivo de recuerdos privados.

[C] Ya que estamos hablando de tendencias, en tu opinión, ¿cuáles son las tendencias en el universo digital para los próximos años?

[LT] Creo que en los próximos años se acentuará un movimiento que viene ocurriendo desde hace mucho tiempo... Con la llegada de lo digital, ahora todos tienen voz, con eso, todo arquitecto y proveedor de servicios en general tiene en la palma de su mano la capacidad de ser microinfluencers de su propio negocio. Esto tiene una capacidad tan real de impactar la economía que creo que en los próximos 5 años simplemente no habrá lugar para cualquiera que se niegue a usar las plataformas digitales como catalizadores de negocios y oportunidades. Esto será tan fuerte y tan presente en la vida de los emprendedores que llegará el momento en que la gestión de la comunicación digital será tan imprescindible como lo es hoy en la gestión de equipos, el control del flujo de caja, el seguimiento de las métricas financieras de la empresa... Será intrínseco parte del día a día de todas y cada una de las organizaciones, no solo de las grandes, sino también de los emprendedores de carrera en solitario y de los proveedores de servicios. Y hay un aspecto muy relevante en esto: la calidad del contenido generado contará, ¡y mucho! Debido a que el tiempo de otras personas es cada vez más escaso, si no entregamos contenido valioso a las personas, no podremos involucrarnos ni hacer negocios.

[C] Y para aquellos que creen en el buen y viejo "boca a boca", ¿cuál es el consejo?

[LT] Hay gente que todavía cree que sólo consigue clientes de boca en boca. Claro, si tienes un buen servicio, lo mínimo que puedes esperar es que la gente te recomiende. Lo que algunas personas no se dan cuenta es que, hoy en día, cada vez que recibes una referencia de un amigo, haces ese "double check", entras en el instagram de la persona para conocerla mejor antes de ir a conocer ese producto o ese servicio. Aquí es cuando su presencia digital puede eliminar una referencia. Hace tiempo que se habla de omnicanal, un término antiguo para una necesidad muy actual: la misma experiencia que entregas en persona, el mismo discurso, la misma intensidad, debe estar en tus múltiples canales, ya sea sitio web, redes sociales o correo electrónico. A quién te presentas debe estar en sintonía con tu personalidad digital. Si entregamos una experiencia negativa en línea, repito, cancelamos una referencia de boca en boca. Fuera de línea y en línea deben ofrecer la misma experiencia.



foto por Fernanda Corsini

Amanda Ferber

Amanda Ferber es la creadora de Architecture & Design Hunter, una startup mediatech que tiene el mérito de ser el primer medio no tradicional en recibir una invitación a la feria de Milán para cubrir oficialmente el evento, el mismo año que Century exhibió por primera vez en la que es la feria de tendencias de diseño más grande del mundo. El encuentro de Century con Amanda fue un match y por eso la invitamos a grabar y exponer al mundo nuestra experiencia en la capital mundial del diseño. En esta entrevista exclusiva para Century Magazine, Amanda habla sobre las tendencias y lo que podemos esperar de la próxima edición de la feria de Milán

[C] ¿Cuáles son las principales tendencias en decoración de interiores para 2023?

[AF] Cada vez hay más organicidad en los proyectos. Puede presentarse en texturas, que tendrán un toque más natural, o en sus formatos, a través de formas no tan perfectas... Cada vez se valorará más la imperfección de la naturalidad. Esto cobra sentido ya que nos damos cuenta de que en todos los ámbitos de la vida humana hemos buscado la naturalidad, ya sea en alimentos más sanos, en prendas menos dañinas para la naturaleza en su confección... Ser natural, o verse natural, es una tendencia que acompaña a todos los otros movimientos de la vida.

[C] ¿Cómo fue seguir esta edición del Salone del Mobile en colaboración con Century?

[AF] Era la primera edición del Salón de Milán después de la pandemia, todo el mundo esperaba con ansias este momento, y recibir esta invitación de la organización del evento y de Century fue una sorpresa muy agradable. Sentí que este año las tendencias presentadas en la feria eran mucho más frescas, estaban mucho más abiertas a nuevos mercados, nuevos diseños y fue maravilloso encontrar a nuestro país representado allí a través de marcas como Century.

[C] ¿Qué esperar del Salone di Milano 2023?

[AF] No creo en interrupciones muy significativas para el próximo año. La tendencia hacia la organicidad seguirá siendo cada vez más pronunciada, y creo que los colores serán muy fuertes y muy presentes. Esto tiene mucho que ver con la vida de las personas en esta fase de recuperación.

La psicología de los colores tiene mucho que ver con esta búsqueda de alegría, de optimismo, y creo que eso es lo que encontraremos en Milán en los próximos años.

[C] ¿Cuáles son tus referentes o inspiraciones en el trabajo curatorial desarrollado en Architecture & Design Hunter?

[AF] El trabajo del comisario es exponer una diversidad de proyectos, obras y profesionales dentro de una línea editorial. La línea editorial de Arch Hunter tiende a ser más contemporánea, preservando la apreciación de los estilos arquitectónicos a lo largo de la historia de la arquitectura. Como curador hago este ejercicio de separar la línea editorial de mi gusto personal. En lo personal, a mí, Amanda, me suele gustar más el minimalismo frío, pero entiendo que dentro de un espectro de estilos que comprende nuestra línea editorial, presento varios otros tipos de proyectos que son maravillosos, que tienen una ejecución cuidada o que cuentan una historia.

[C] ¿Qué equipaje traes contigo de este trabajo curatorial realizado hace casi 10 años?

[AF] Sin duda lo que más me ha impresionado a lo largo de los años es la infinita creatividad de los profesionales. Recuerdo que cuando empecé me preguntaba si algún día se acabarían los proyectos y la diversidad de materiales. Hoy me doy cuenta de que no, al contrario, la fuente de la que emanan nuevos proyectos, nuevas posibilidades, nuevos diseños es inagotable... Lo que hace tan apasionante mi trabajo es la capacidad que tengo para seguir sorprendiéndome, y esa búsqueda de lo nuevo es lo que me impulsa.

foto por Caca Bratke



Natasha Schlobach

Diseñadora, directora creativa y curadora de exposiciones como Casa Brasil NY y Design Week México, Natasha Schlobach, de São Paulo, en asociación con Studio Century, desarrolló un mueble para ser presentado al mundo en la 61ª edición de la Feria del Mueble de Milán, fortaleciendo y exaltando el diseño nacional en la mayor feria de tendencias del mueble del mundo

En la dirección creativa de su propia oficina, NSStudio, Natasha Schlobach tiene un amplio conocimiento y experiencia en el mundo del arte, adquiriendo experiencia en cerámica, modelado y joyería, pero fue en el diseño de muebles donde echó raíces y diseñó su propia carrera.

Paulista nacida en 1988 y proveniente de una familia de ingenieros y arquitectos, Natasha decidió estudiar Diseño Industrial - Diseño de Producto en la Faculdade Presbiteriana Mackenzie en 2009. Después de graduarse, trabajó como diseñadora, diseñadora de muebles e interiores en algunas oficinas en São Paulo. Una de las experiencias más emocionantes al inicio de su carrera fue colaborar durante 3 años directamente en la creación y desarrollo de productos en un importante estudio de diseño llamado ,Ovo, donde tuvo contacto con grandes proyectos como los salones institucionales en la Pinacoteca y proyectos especiales de grande porte para clientes residenciales y corporativos.

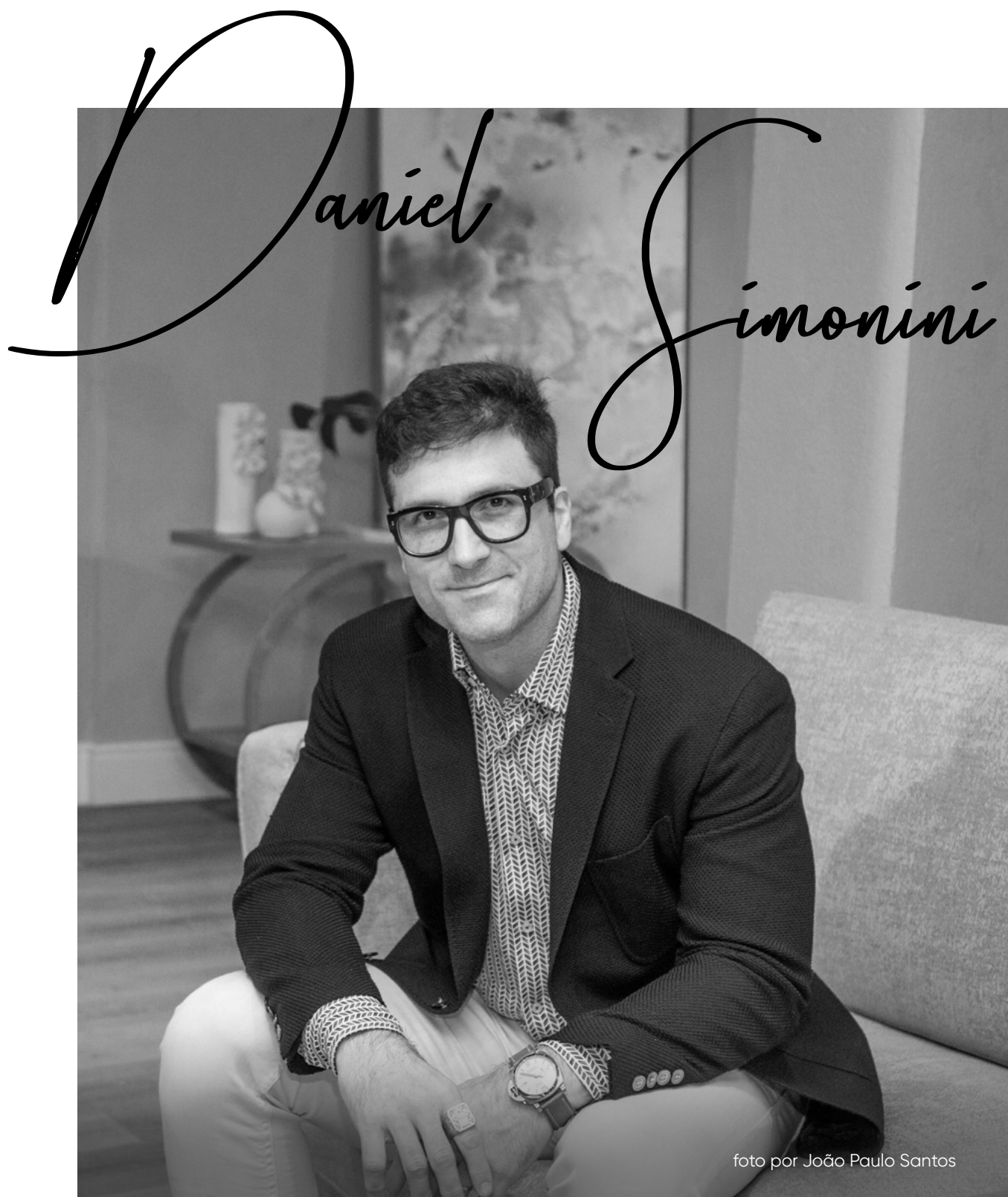
En 2012 completó su posgrado en diseño de muebles en Senac, definiendo así la dirección y el enfoque de su estudio (NSStudio) abierto en 2013, a través del cual promueve el diseño para el "hogar" a través de muebles que agregan funcionalidad y comodidad con un estilo autoral muy brasileño.

Desde entonces, Natasha Schlobach ha

venido contribuyendo al diseño nacional y también proyectando a Brasil internacionalmente a través de ferias, muestras y exposiciones donde actuó tanto como expositora como curadora. Fue curadora de "Casa Brasil NY 2022", un proyecto a través de Apex que reunió a 70 industrias brasileñas con más de 100 diseñadores brasileños en suelo estadounidense, presentando el poder nacional en el sector del mueble al mundo. También fue invitada a co-curar Design Week México 2022, año en el que se homenajeó a Brasil.

Con tal repertorio, Natasha tiene participación e involucramiento con grandes players del mercado, como Samsung y Diageo, para quienes contribuyó en la dirección creativa de campañas; como diseñador, firmó piezas para Pollus, St James, Studio Guilherme Torres y, por supuesto, Century.

Nuestro encuentro con Natasha se dio a través de Abimóvel, en un proyecto asociado a Apex con el objetivo de integrar grandes industrias y diseñadores de renombre y promover el diseño nacional en el exterior. A partir de esta alianza con Natasha, daremos forma a una pieza que compondrá la línea de productos Century 2023 y será exhibida en el Salone del Mobile de Milán, donde ya tenemos participación confirmada en la 61ª edición de la que es la mayor feria de diseño de muebles en el mundo.



SIMONINI es un estudio de diseño fundado por el brasileño Daniel Simonini, que actualmente opera con bases en São Paulo y también en Milán, la capital mundial del diseño, donde vive desde su formación en Diseño Industrial, y donde también tuvo la oportunidad de trabajar codo con codo con grandes nombres del diseño mundial, como Ferruccio Laviani, Piero Missoni, Palomba Serafini, Rodolfo Dordoni, Lissoni Associati, Benetton, Dolce & Gabbana, Kartell y Lomography. Premiado internacionalmente, Simonini tiene en su línea toda la sofisticación del diseño italiano, sumada a toda la brasilidad que aporta bossa, sensualidad y comodidad a sus creaciones. Es por eso que presentamos con orgullo a Daniel Simonini, el nombre elegido por Studio Century para unirse a nuestro panel de creadores y dar vida a una colección sin precedentes, con técnicas de construcción nunca antes exploradas por Century.

[C] ¿Cómo fue tu primer contacto con Century?

[DS] Mi primer contacto con Century fue bastante espontáneo. En ese momento, estaban proyectando una gran cantidad de nombres que podrían participar en el universo creativo de la compañía. Tenían una lista muy larga de deseos y expectativas con respecto a este profesional. Digamos que nuestras estrellas necesitaban alinearse, porque les gustaría que fuera un brasileño con experiencia en Italia y que no tenga el diseño pulverizado en varias otras industrias. Estaban buscando cierta exclusividad y esa es exactamente la forma en que me gusta trabajar. No firmo una pieza sin firmar, me gusta unirme a la industria y crear un ecosistema de diseño firmado, dar forma y presentar soluciones que estén alineadas con las estrategias de mercado de la marca y los deseos del consumidor que está al final de esta cadena.

[C] ¿Podemos tener un Spoiler de lo que está por venir?

[DS] De lo que puede estar seguro es de que estamos creando una línea con fuertes distinciones en las técnicas artesanales y de industrialización. Century está invirtiendo en nuevas tecnologías en el parque industrial para atender esta demanda, y eso me fascina de la empresa: la capacidad de sus directores y empleados de atreverse y crear, de no quedarse estancados en viejos estándares, conservando siempre esa jovialidad que es la marca registrada de Century. En esta primera línea dispondremos de mesa de centro, apoyos laterales, consolas, sillones de respaldo alto y bajo y sofás en una amplia variedad de modulaciones.

[C] Cada línea producida por Century es 100% personalizable. Para ti como diseñador, ¿cómo es desarrollar productos que llegarán a los hogares de las personas con formatos que muchas veces son diferentes a su concepción original?

[DS] Sobre esto tengo una mala adicción que Century ha favorecido mucho. Cuando dibujo, se me ocurren cientos de variaciones [risas]. Siempre pienso de forma modular y me gusta presentar mis ideas de proyectos anticipando posibles desarrollos. Me parece increíble que Century le dé esta libertad al comerciante y a quienes especifican y usan el producto, porque, para decirlo de manera muy simple, quien va a vivir en la casa no es el diseñador, sino el consumidor. Es el consumidor quien necesita estar 100% satisfecho. Mi mayor satisfacción no reside en la creación en sí, sino en el proceso de llevar algo positivo a los hogares de las personas, objetos que traerán felicidad al día a día de quienes lo habitan.

[C] ¿Cómo empezó tu relación con Italia?

[DS] En realidad, todo comenzó cuando me uní al Istituto Europeo di Design en São Paulo, donde comencé mi formación en Diseño de Producto. Ahí es donde realmente me enamoré del diseño de objetos, y con el apoyo de mi familia decidí ir a la cuna del diseño, a la capital mundial del diseño de objetos, que es Milán. Fui el primer estudiante del IED en transferirme de São Paulo a Milán, donde completé mi licenciatura y luego también completé una Maestría en Diseño Industrial e Interior en la Scuola Politecnica di Design. Paralelamente a mis estudios, ya tuve la oportunidad de trabajar con grandes nombres en el mundo del diseño. Mi primera experiencia en Italia fue con Ferruccio Laviani, director creativo de Kartell, una experiencia enriquecedora donde pude trabajar en proyectos de diferentes escalas, desde un pequeño objeto hasta grandes stands de exposición. Esto fue seguido por varias otras oportunidades de colaborar para diferentes marcas, antes de decidir fundar mi propio estudio y tener una carrera en solitario, por así decirlo.

[C] ¿Y cómo entró en tu vida el universo del diseño?

[DS] El diseño llegó a mi vida a través del arte. Tuve mucha suerte, en mi infancia, de estudiar en la escuela Waldorf Rudolf Steiner de São Paulo, que tiene una metodología basada fundamentalmente en el arte. Estudié a tiempo parcial, y la mitad del plan de estudios estaba dedicado a la creación, el dibujo, la escultura e incluso la carpintería. Mis padres me enviaron a esta escuela porque siempre me gustó dibujar, regalando mis dibujos a amigos y familiares. Cuando llegó el momento de decidir cuál sería mi carrera universitaria, mi primera opción fue Artes Plásticas, pero decidí encaminarme hacia una dirección en la que pudiera explorar toda mi energía creativa de una manera menos abstracta y más práctica. Por eso me decanté por el Diseño de Producto y me enamoré mucho de la industria de los objetos, porque es una forma muy real de participar en la vida de las personas y en el día a día, y no deja de ser una expresión artística.

[C] Si necesitaras traducir tu trabajo en un sentimiento, ¿cuál sería?

[DS] Entusiasmo. Llevar cosas maravillosas a los hogares de las personas, objetos que querrán conservar para siempre, que les hagan la vida más fácil y que promuevan la felicidad me emociona mucho, hace que mi trabajo valga la pena.

Laís & Aline Rocha

Las arquitectas y hermanas Laís y Aline Rocha de Maceió son las autoras del interiorismo de un apartamento junto al mar del que simplemente estamos enamorados. Diseñado para un matrimonio con dos hijas adolescentes, el apartamento debía responder fundamentalmente al deseo de la familia de ser un espacio amplio, fluido, integrado, con mucha luz natural y que tuviera un estilo duradero y atemporal, pero que también fuera la cara de la familia.

Con este reto en la mano, Laís y Aline optaron por una paleta neutra en las paredes, pero cubriéndolas todas con una textura que recuerda la paja y la arena presentes en el paisaje que se encuentra allí mismo, en las vistas desde el balcón y las ventanas. Los tonos claros también resuenan a través de los muebles sueltos, pero lo que realmente nos encantó fueron los puntos de color añadidos a los ambientes a través de la tapicería de Century, dando identidad y personalidad al proyecto.

"Tenemos un Century tapizado en terciopelo magenta en el departamento, y en el balcón, que da a un cocotal, colocamos un sofá verde y una mesa alta en el mismo tono, totalmente integrados al paisaje que, a su vez, se integran con la sala de estar y otras áreas del apartamento", explica Laís.

La asociación de Laís y Aline con Century se realiza a través de la tienda VB Design en Maceió, que durante años acompañó toda la evolución de Century, actualizando su showroom con el nuevo mix de diseño lanzado por la fábrica. En las piezas customizadas específicamente para este apartamento, el deseo de los propietarios era encontrar muebles que tuvieran una línea visual de diseño sofisticado y al mismo tiempo de gran comodidad. "Eso es lo que nos llevó a Century, donde podemos encontrar comodidad, calidad y diseño", concluye Laís.

Fotos por Sarah Medeiros.





Deborah Nicolau



Este ambiente firmado por la interiorista Deborah Nicolau compone la vitrina de la tienda Villa Batel de Curitiba. El espacio invita a recibir a los invitados, apostando por la elegancia y funcionalidad. Muy contemporánea, la belleza de las curvas y la pluralidad de texturas hacen que la composición sea sumamente atractiva a la vista. El movimiento de las formas y sus colores crean una atmósfera ligera pero llamativa en cada detalle. Los muebles Century en tonos verdes hacen referencia a la naturaleza y al verano, con piezas que transmiten frescura y naturalidad.

Fotos por Bia Naujack.



Gustavo Scaramella

Con foco en la recreación y el relax, este ambiente firmado por Gustavo Scaramella transmite ligereza, sin renunciar a la elegancia y personalidad. El arquitecto creó un diseño que permite diferentes configuraciones, mejorando la interacción del usuario con los muebles de Century. Los sillones y puffs, colocados frente a los sofás, forman una hermosa composición de ángulos rectos, curvos y angulados. Todo ello enmarcado por una paleta de colores predominantemente fríos, que son una auténtica invitación al descanso.

Fotos por Bia Naujack.



Architetonika Nomad

¡Un salón lleno de personalidad! Este es el ambiente firmado por Studio Architetonika Nomad, que presenta el concepto de cerramiento: predominantemente oscuro con puntos de luz. La idea era crear una sala de estar que promueva un ambiente agradable bajo una iluminación agradable, al tiempo que anima a las personas a pasear con la vista por cada detalle de la decoración. El sofá Century blanco es la pieza clave para contrastar con la paleta de negros y grises, además de ampliar la sensación de amplitud gracias a su forma de "L".

Fotos por Bia Naujack.



ANDRÉ HENNING

El ambiente firmado por André Henning está diseñado para una familia moderna, atrevida y dinámica. La paleta de colores fendi y los tonos claros se mezclan con las formas ortogonales y simétricas. Para darle elegancia al espacio, el arquitecto eligió piezas de mobiliario Century, marcadas por diseños conceptuales, líneas clásicas y acabados ligeros.



CARLOS REICHMANN

Este ambiente firmado por el interiorista Carlos Reichmann encanta por la riqueza de detalles. Diseñado para un coleccionista de alfombras, el espacio está completamente cubierto con tapicería hecha a mano. Las formas, colores y texturas de las piezas destacan obras de arte y piezas de diseño. El mobiliario Century completa la composición, convirtiéndolo en el lugar perfecto para contemplar la vida cotidiana con más viveza.



IKO MELLO

¿Qué tal deconstruir la idea tradicional de vivir? Inspirado en los sofás Century, el ambiente firmado por Iko Mello presenta una propuesta dinámica. El diseñador optó por piezas fácilmente adaptables para que nada sea inamovible, un espacio en el que todo puede cambiar de lugar. En este ambiente Iko podemos ser copartícipes de la creación de diferentes estados de ánimo, a partir de la mezcla de tonos neutros del mobiliario con colores cálidos y fríos presentes en el ambiente, además de diferentes composiciones posibles con piezas clásicas y contemporáneas.



MARCOS SOARES

Durante la pausa para el café no podían faltar cómodos y acogedores sillones. Este modelo elegido por el diseñador Marcos Soares para el Coffee Lounge de Mostra Villa Batel es un lanzamiento de Century ideal para momentos que demandan comodidad e intimidad. El diseño de las piezas está enmarcado por un hermoso paisaje verde de fondo, que proporciona un encuentro de líneas rectas y curvas, acentuando la contemporaneidad del espacio.

Rodolfo Fontana

El espacioso apartamento del influencer digital Marcos Slaviero, diseñado por Rodolfo Fontana de Curitiba, era nuevo cuando el arquitecto Rodolfo Fontana inició el proyecto. Para atender las necesidades del propietario, el plano entregado por la constructora fue completamente remodelado, en una extensa obra que duró 12 meses. La personalidad fuerte e irreverente de Marcos exigió una decoración más relajada. El resultado fue un apartamento masculino y divertido, con toques de color sin ser demasiado oscuro. "Mantuvimos la losa expuesta en la sala y el gimnasio, dándole un aire industrial al proyecto y aumentando la altura del techo, que llegó a los 3,15 m", dice el arquitecto. El mobiliario atemporal con piezas de diseño se unió al resto de elementos estructurales de la propiedad, aportando un aire contemporáneo al nuevo hogar del influencer. "Trabajamos con las marcas Century, reconocidas por su extrema calidad, diseño y comodidad", destaca Fontana.

Fotos por Bia Nauiack.

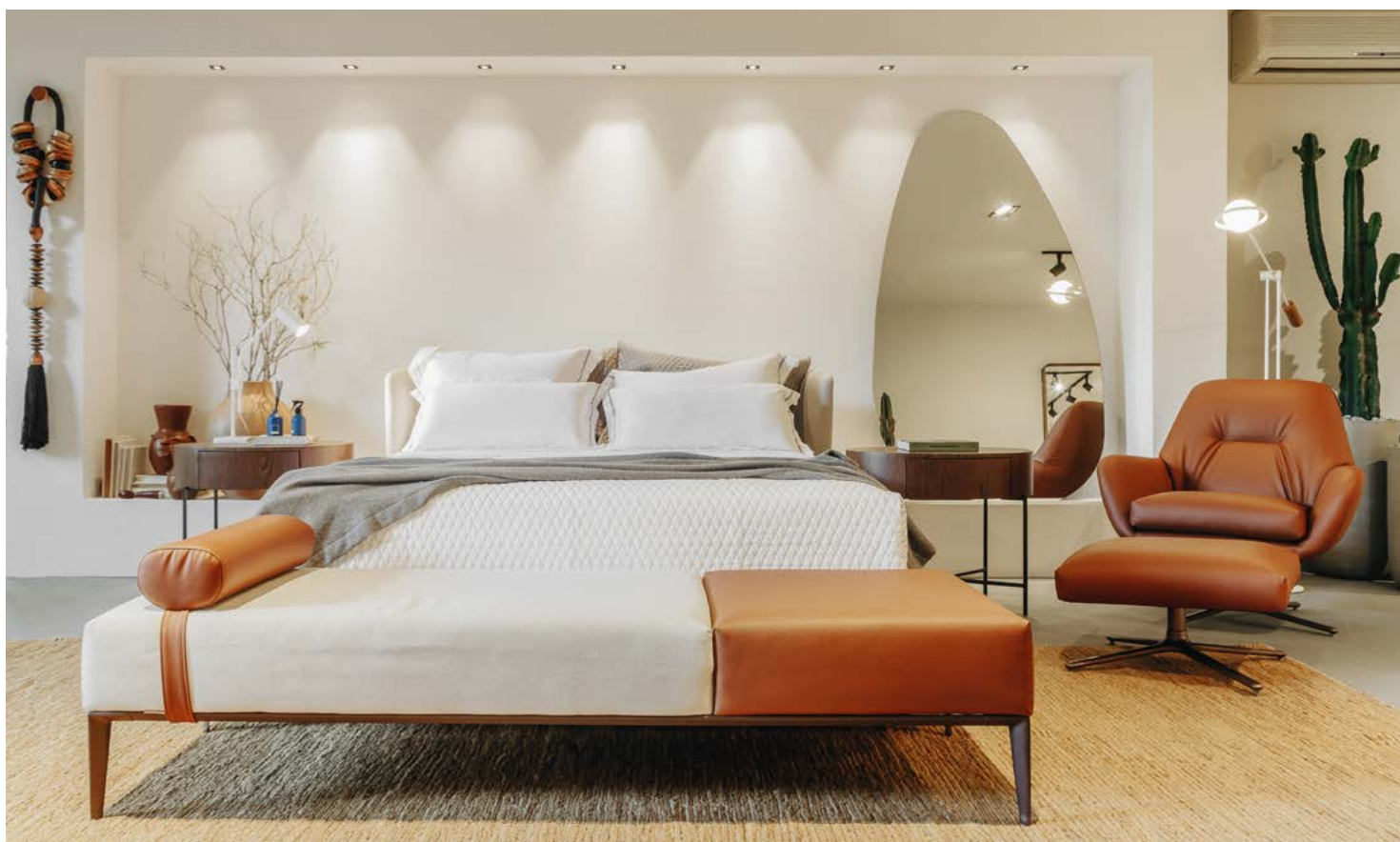


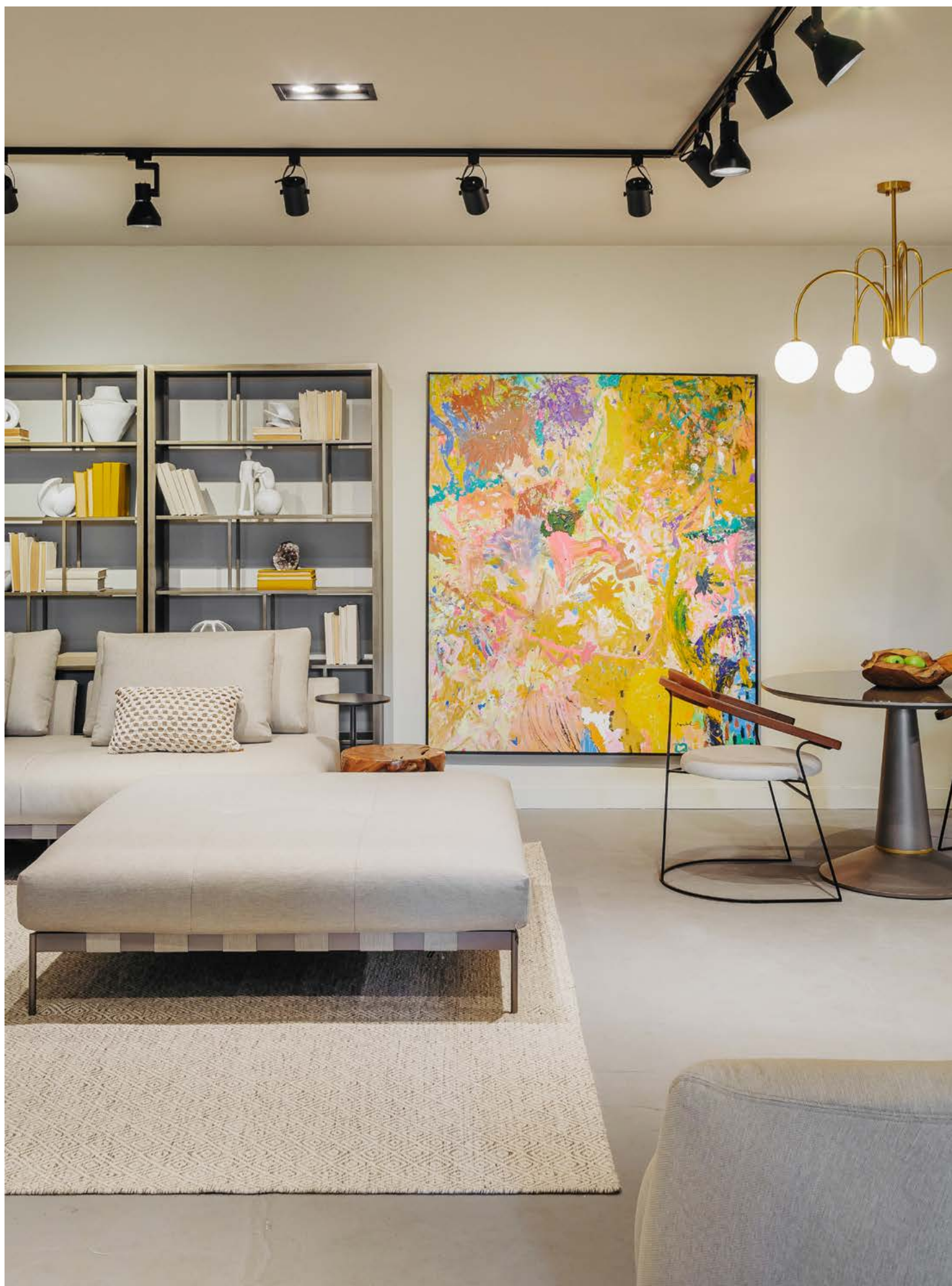


Roger França

El diseñador Roger França creó este loft cuya principal característica es que no tiene identidad de género, hecho para alguien que conoce y admira el arte popular brasileño. En ambientes ampliamente integrados que invitan a la buena convivencia, podemos encontrar el mobiliario Century con una paleta neutra, canalizando la atención de las personas hacia las obras de artistas, diseñadores y artesanos de diferentes rincones del país, como Diego Santos, artista plástico de Itajaí que desarrolla una maravillosa labor social; Cida Lima de Pernambuco; Roberto Dias de Fortaleza y muchos más. "La idea era crear ambientes sin etiquetas, para exaltar el arte popular brasileño menospreciado; en ese sentido, la tapicería Century funciona como los asientos de una galería, una invitación al confort y a la contemplación", concluye Roger.

Fotos por Bia Naujack.







Century

Por Brasil con

CASACOR

Angela Castilho

CasaCor Brasília

Contemporáneo e inspirado en el bienestar oriental, el ambiente diseñado por Angela Castilho para CasaCor Brasília 2022 utiliza el versátil sillón Cartaya Century para complementar la mesa coronada con una icónica lámpara de paja. La madera, el eucalipto, las piedras y otros elementos naturales, muy presentes en el proyecto denominado "Calmaria", nos acercan a la naturaleza y aportan frescura y sensación de relajación. El objetivo del arquitecto era crear un refugio, rústico y a la vez moderno, por eso vemos muebles de diseño contemporáneo combinados con elementos artesanales.

Foto por Edgard Cesar.





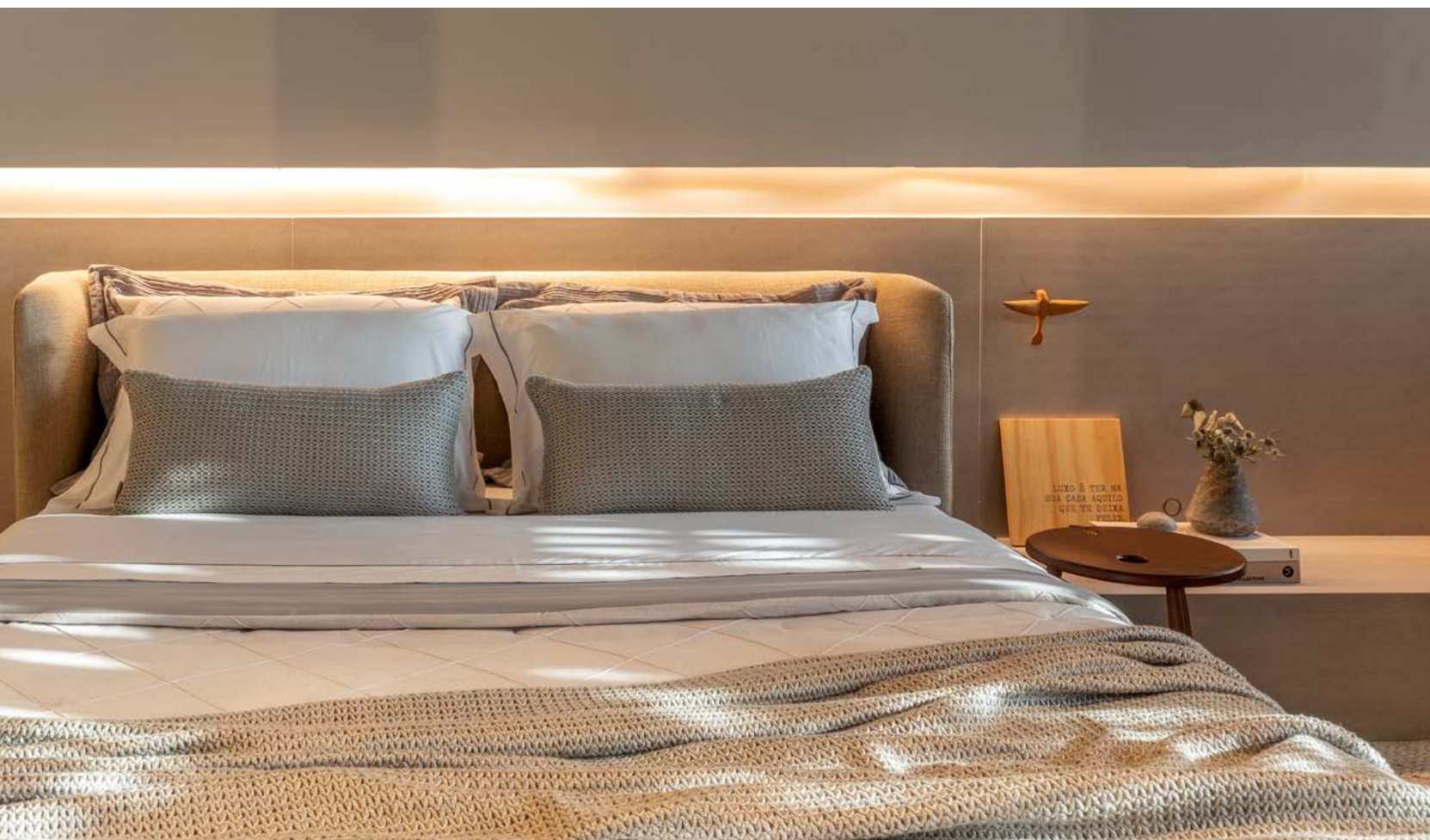
Studio Arch+

CasaCor Brasília

El trío formado por la arquitecta Renata Vieira y las interioristas Laísa Figueiredo y Juliana Velloso diseñó este ambiente de 78 m² llamado Casa Etérea, en CasaCor Brasília 2022. Como su nombre indica, el espacio conserva en su esencia la sobriedad y ligereza de las paletas claras y naturales, y la abundancia de luz natural, dotando a toda la creación de una atmósfera de puro bienestar. Elementos como la madera y las fibras naturales aportaron un toque de confort y sofisticación a un espacio diseñado para ser un santuario de relajación y paz, donde la cama Gorj by Century es la protagonista.

Fotos por Edgard Cesar.





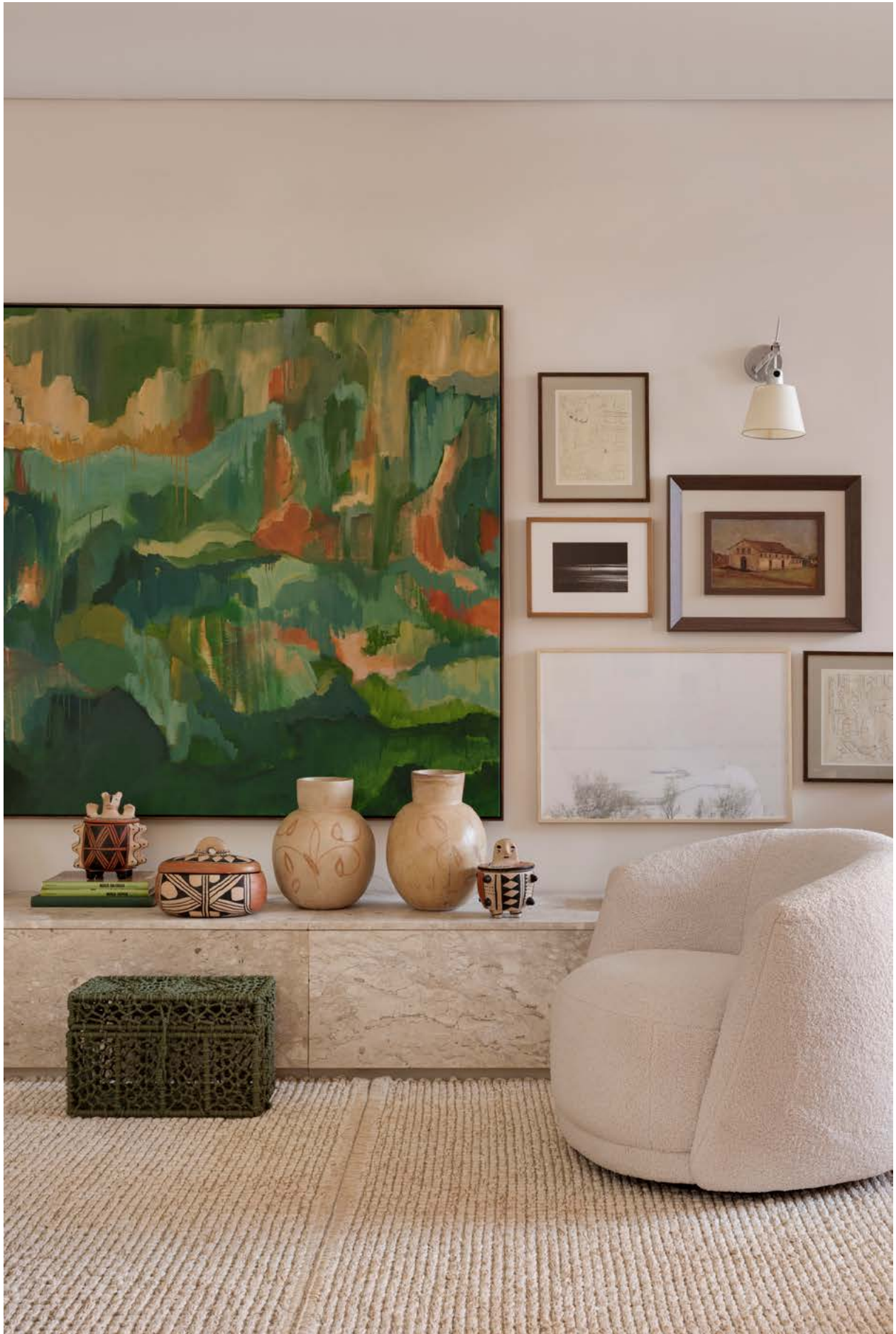
Manarelli Guimarães

CasaCor Ribeirão Preto

El espacio diseñado por la oficina de Manarelli Guimarães para CasaCor Ribeirão Preto, que recibió el nombre de "Casa Argilla", evoca acogida, bienestar y sofisticación, y mezcla un ambiente residencial y corporativo, con un home office. Los puntos de color aportan vitalidad al espacio, diseñados para proporcionar una vida inspiradora que es un verdadero abrazo a las raíces. La chaise San Andres, con tecnología de confort Cozy by Century, es una de las composiciones del sofá del mismo nombre y complementa con versatilidad el ambiente inspirado en las ciudades de São Paulo, Ribeirão Preto y Salvador.

Fotos por Carolina Mossin.





Hélio Albuquerque

CasaCor Brasília

El diseño contemporáneo del Sofá Alladro, con tecnología de confort Cosy by Century, que permite un asiento profundo y relajado, fue elegido para componer el ambiente "Particular e Infinito", diseñado por el arquitecto Hélio Albuquerque para CasaCor Brasília 2022. La tapicería verde se destaca y dialoga con el panel de Athos Bulcão, un gran nombre del arte brasileño, en el ambiente de 80m², diseñado para transmitir la sensación de calidez durante horas y horas. Moderno y refinado, el proyecto valora la memoria afectiva, la infinita particularidad de cada uno, y está lleno de texturas, que cuentan la historia de Hélio Albuquerque y su colaboradora Sônia Pires.

Foto por Edgard Cesar.



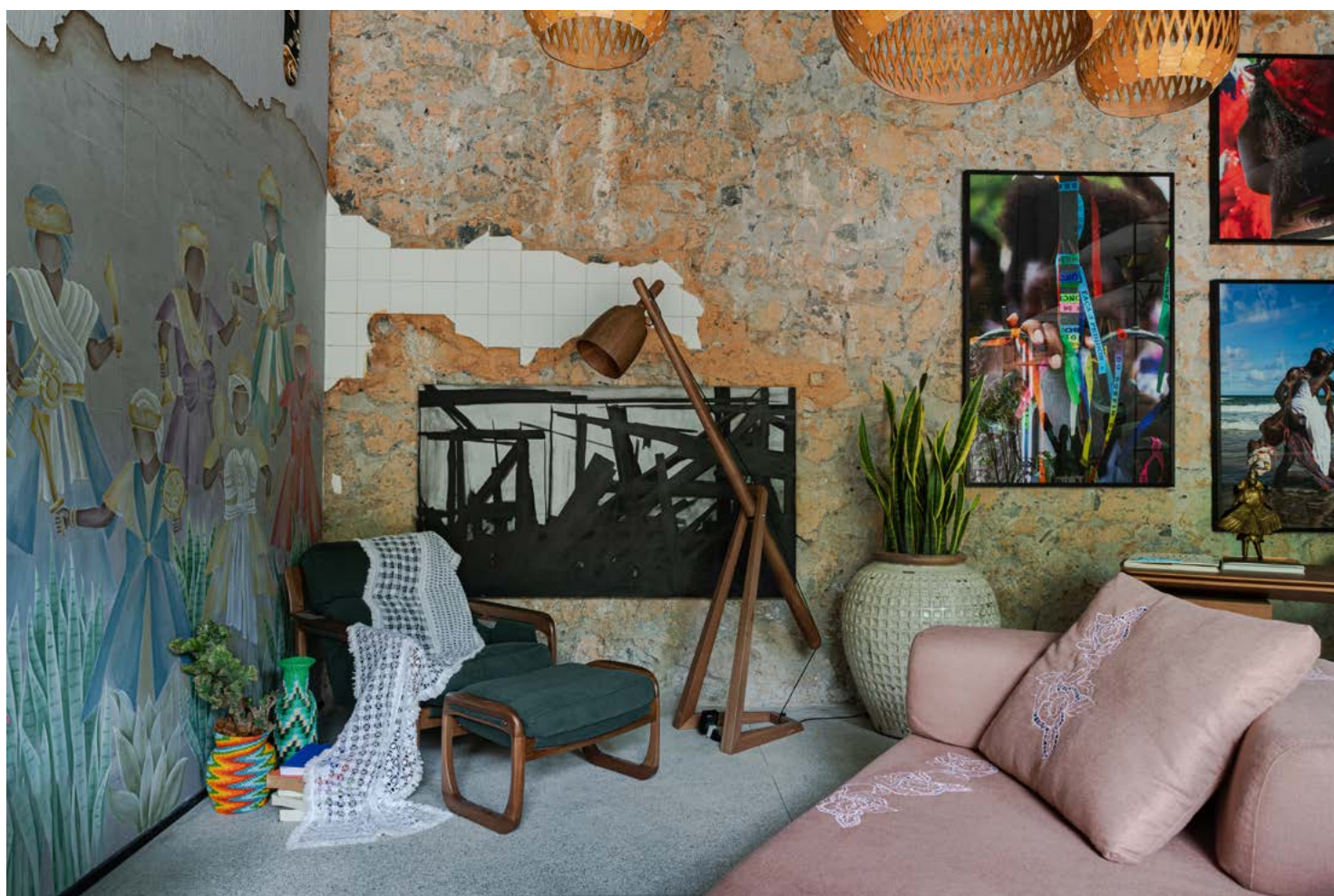


Natália Coelho

CasaCor Bahia

La facilidad de modulación del sofá Burgos, con tecnología de confort EasyFit by Century, permitió a la arquitecta Natália Coelho explorar, de manera poética, el ambiente inspirado en la pluralidad cultural de Bahía, en el que la composición de tres ejes del sofá representa los tres pilares que guiaron el proyecto: ascendencia, religión y comunidades salvadoreñas. Lleno de color, plantas, formas orgánicas y obras de arte desarrolladas por artistas de la región, la arquitecta eligió para alegrar el ambiente los bordados richelieu desarrollados por ancianas acompañadas de la ONG Filhos de Bárbara, una riqueza de detalles que expresa la riqueza cultural de Bahía y exploran el potencial de personalización de los productos Century.

Fotos por Gabriela Daltro.





Francisco Franck

CasaCor Rio Grande do Sul

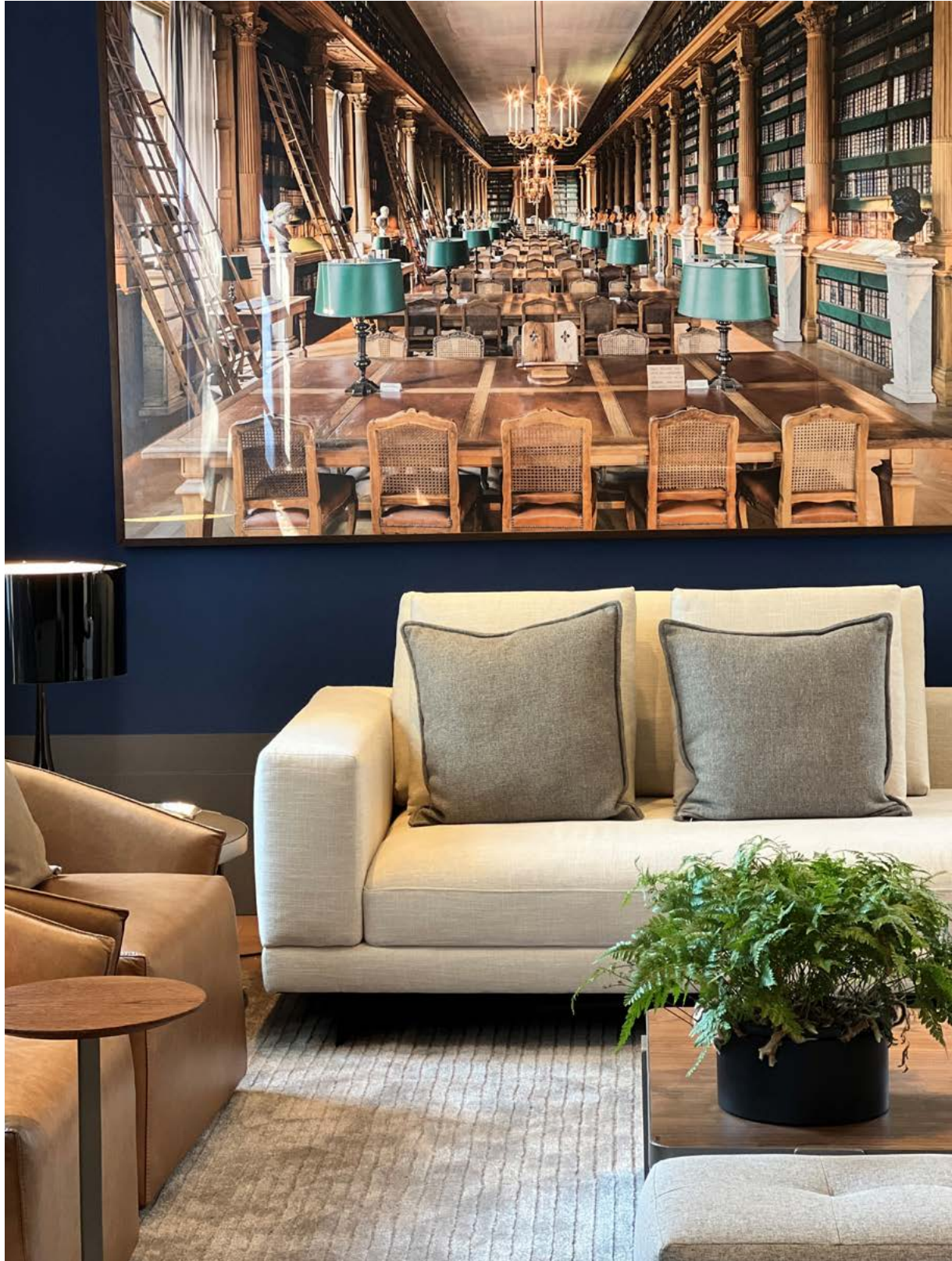


Solar Alta Vista es el nombre del espacio firmado por el arquitecto Francisco Franck para CasaCor Rio Grande do Sul 2022. El ambiente, ubicado en un punto alto de la capital Porto Alegre, tiene una vista impresionante de la ciudad y abundante luz natural.

La relación de Francisco Franck con Century existe desde hace años, desde que entramos en la capital de Rio Grande do Sul a través de la tienda Gobbi Novelle. Es por eso que en este ambiente, que incluye sala, comedor y cocina con isla, Francisco hizo uso predominante de muebles sueltos de Century para maximizar la comodidad de este espacio que prioriza la interacción social como elemento principal. “Son productos diferentes a los convencionales, pero que no se desvían de lo que la gente busca: comodidad, calidez y sentirse como en casa, todo lo cual lo encontramos en Century con gran calidad”, declara Francisco Franck.

Esta es la décima edición de CasaCor RS en la que participa Francisco Franck, siempre homenajeando a Century en la principal feria de decoración del sur del país. En la edición de 2022, el gran espacio de 67m² contó con la participación de Century en cada detalle, principalmente en la composición del ambiente habitable.

Los proyectos de arquitectura e interiorismo autorales de Francisco Franck están presentes en todo el país, principalmente en el estado de Rio Grande do Sul, en la región serrana, en Vale dos Vinhedos, en la región de Gramado, en la costa y, por supuesto, en la capital Porto Alegre.



João Callas & Leonardo Schmitt

CasaCor Paraná

El ambiente premiado por João Callas y Leonardo Schmitt en CasaCor Paraná 2022 dio forma a un maxi espacio en proporciones y comodidad. Ubicado dentro de una piscina olímpica desactivada, así es, el Gran Salón firmado por este dúo de interioristas conquistó al público y al jurado, convirtiéndose en el ambiente más utilizado y frecuentado del salón.

Fue simplemente asombroso cómo los diseñadores lograron transmitir la sensación de calidez incluso en un espacio con proporciones de escala tan exageradas. Como su nombre indica, el Grand Lounge fue diseñado para funcionar como el Lobby de un gran hotel, o como una sala de estar en un aeropuerto concurrido... El hecho es que la elección poco convencional de elementos y colores le dio al proyecto un aire totalmente autoral.

Todo el ambiente fue abrazado por paneles de Madeira Tauari que, junto con el color verde y las piedras naturales presentes en los revestimientos, aportan el confort visual de la naturaleza en toda la composición. El toque de atrevimiento y personalidad se lo dio el tono azul marino que, junto con el verde, representa una combinación totalmente inusual para los tapizados Century, pero que confería identidad y sofisticación al espacio.

"Queríamos brindar un espacio diferente a los que son solo contemplativos, en el Gran Salón la gente podía sentarse, usar, conversar, e incluso había una barra revestida de mármol Blanco Paraná que servía tragos a los visitantes todos los días de la feria ", aclara Leonardo Schmitt.

Fotos por Eduardo Macarios.





Century

24 años

Cuando Miguel Samorano comenzó a diseñar y producir muebles de forma completamente artesanal en la década de 1940, nunca imaginó que estaría diseñando el destino de tantas generaciones. Century completa 24 años de una historia basada en mucha tradición, y también mucho dinamismo, característica fundamental de una empresa que heredó de sus fundadores la vocación de cambiar constantemente, de reinventarse en ciclos y de no perder nunca el espíritu emprendedor.

Actualmente dirigida por los hermanos Julio Cesar Samorano Filho y Nathália Samorano, Century ha pasado por grandes transformaciones en los últimos 5 años. “No podemos llamarlas transformaciones definitivas, porque una de nuestras principales características como empresa es estar en constante cambio”, explica Julio parafraseando a Heráclito quien decía que “la única constante es el cambio”.

El dinamismo con el que Century transforma constantemente sus productos y procesos es un indicador de cuán atenta está la empresa a las demandas de un mercado en constante cambio, como explica Nathália: “no pretendemos cambiar el mercado, las personas se mueven al mercado, y este proceso solo es posible porque prestamos extrema atención a nuestros inquilinos socios, sus demandas individuales, sus opiniones y necesidades del mercado”.

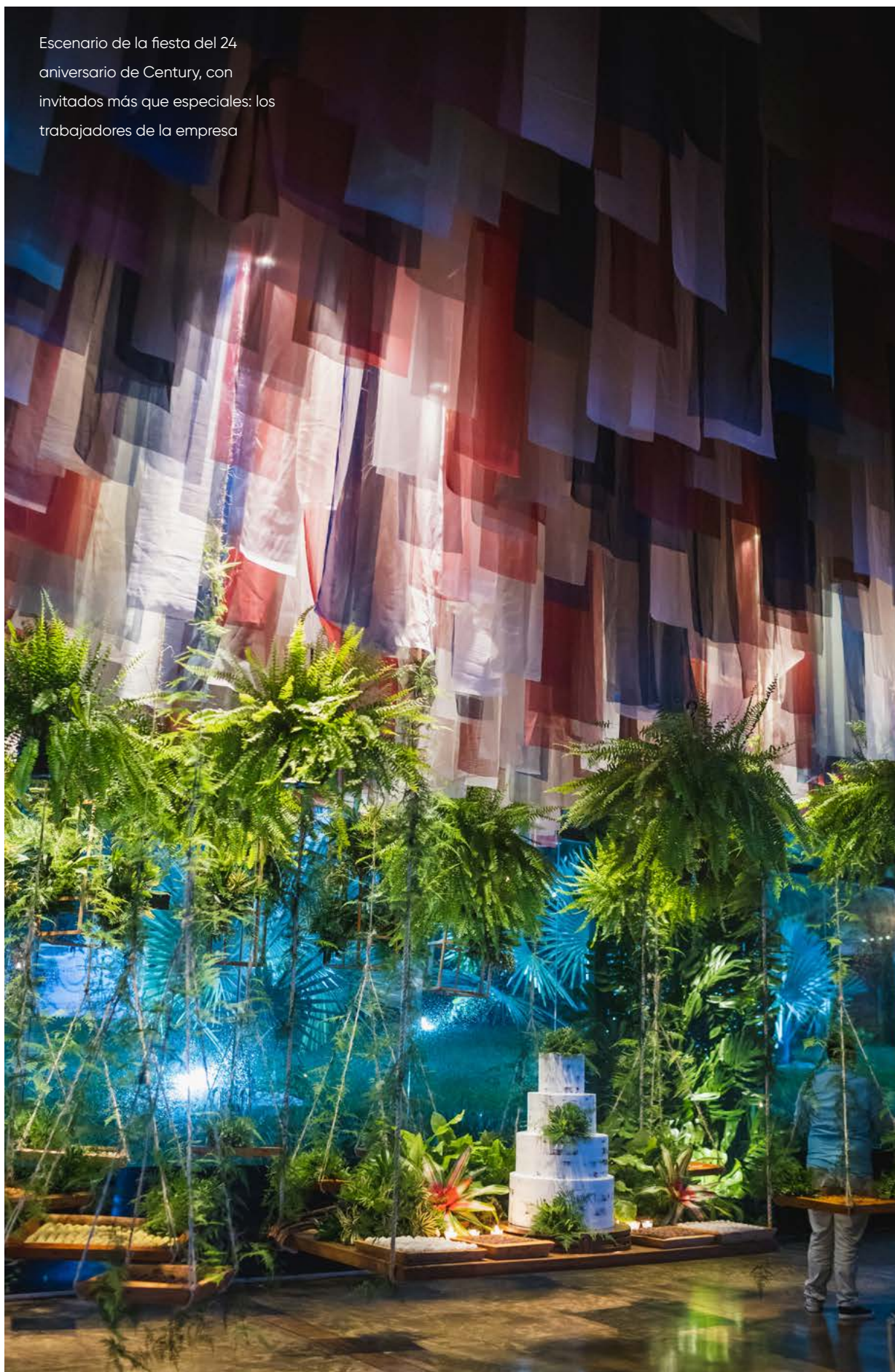
Reaccionando a las nuevas demandas del

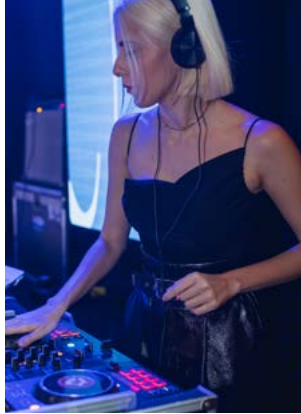
mercado, Century celebra sus 24 años de historia con un gran legado de innovación en su segmento, siendo invitada por el gobierno brasileño a través de la Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones para representar a Brasil en la Feria del Mueble de Milán como la única empresa en el negocio de la tapicería.

Century se enorgullece de cumplir 24 años con el mismo CNPJ, una prueba más de cuánto la empresa siempre se ha basado en la integridad y transparencia en su negocio, cuyo objetivo fue y sigue siendo promover las buenas prácticas de marketing, desarrollar puestos de trabajo y liderar el mercado de la decoración de lujo contribuyendo al desarrollo de la sociedad. “Todos los vectores de crecimiento de la empresa, tanto en el mercado nacional como en el internacional, no tendrían sentido para nosotros si no fuéramos también un ejemplo de buenas prácticas sociales, ambientales y humanitarias. Queremos y aspiramos a ser ejemplo en todos los estratos, no solo en el económico”, aclara Julio.

Desde su fundación por Julio César Samorano, Century lleva el gen de la innovación en su ADN. Julio siempre tuvo la humildad de reconocer y aceptar los momentos de cambio, encontrando muy fácil replantear sus propios modelos mentales. Con la entrada de Julio Filho y Nathália en el directorio de Century, sus experiencias y capacidad de interpretar el mercado trajeron transformaciones basadas en tres pilares fundamentales: modelo de gestión, productos y

Escenario de la fiesta del 24
aniversario de Century, con
invitados más que especiales: los
trabajadores de la empresa





personas.

El desarrollo de un modelo de gestión actualizado surge como respuesta a la demanda de crecimiento en las escalas productivas. El control de procesos y la eficiencia operativa fueron los principales desafíos asumidos por Julio Cesar Filho. En lo que a productos se refiere, sin duda estamos ante uno de los sectores que más ha evolucionado en Century en los últimos años. Gracias a la formación en arquitectura de Nathália Samorano y a todas sus experiencias e investigaciones en el mercado de la decoración, revolucionó la visión de producto y marketing de la empresa, llevando la marca a proyectarse con mayor presencia no solo entre los comerciantes sino también en la conciencia del consumidor final.

El tercer e igualmente importante pilar de las transformaciones de Century son las personas. La compañía ha atraído muchos talentos en los últimos años, personas que reconocen el potencial de la marca y que les apasiona el dinamismo del mercado del lujo, contribuyendo en gran medida a impulsar los resultados y mantenernos como la empresa del país que más crece en el mercado de la alta decoración.

“En muchos sentidos parece una larga historia, después de todo han pasado 24 años, pero internamente tenemos la visión y la certeza de que aún tenemos mucha historia que contar, y mucho que aportar a nuestro país y a nuestra sociedad”, concluye Nathália.



CONVENÇÃO

by Century

#JuntosMudamos

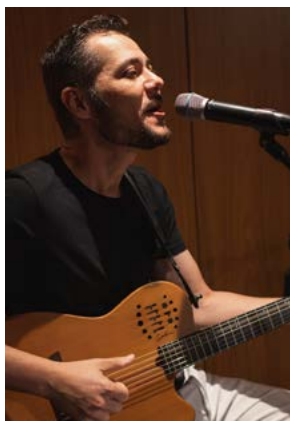
La convención de ventas Century reunió en Maringá, Paraná, a más de 50 representantes de la marca de todos los rincones de Brasil. Este evento reunió a representantes de varios estados con la gerencia comercial de la empresa y un equipo de ventas interno que ofreció diversas capacitaciones, además de brindar actualizaciones sobre metas futuras y brindar información sobre nuevas mezclas de marcas y estrategias con los dueños de las tiendas.

Fueron dos días de convención donde los representantes también tuvieron la oportunidad de visitar la Tienda Exclusiva Century en Maringá, propiedad del Grupo Damasc. Una tienda recientemente ampliada y diseñada por la arquitecta Isabella Martinello para estar alineada con todas las nuevas líneas desarrolladas por la fábrica.

Después de las conferencias, talleres y reuniones de retroalimentación donde también se escuchaba a los representantes, todos salían enriquecidos con datos e información que llamamos inteligencia de mercado. "Al final de todo este camino de conocimiento y experiencia, tuvimos el honor de premiar a varios representantes en base a los indicadores y metas de la convención del año anterior, siendo el premio principal un carro cero Km", dice Luciano de Castro, Gerente Comercial Nacional de Century.

Lo más destacado de la convención de 2023 fue sin duda el anuncio de una nueva marca desarrollada por Century. Llamada pontovírgula, esta marca tiene una sensación moderna, juvenil y ligera. A diferencia de la línea de gama alta de Century, la pontovírgula tiene un atractivo de moda y es el resultado de toda la investigación de tendencias y comportamientos desarrollados internamente por Studio Century.







Catálogo de Productos

Conozca los nuevos lanzamientos de Century,
disponibles en Realidad Aumentada y herramientas
exclusivas para arquitectos

Century

Arad

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

EasyFit[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | EASYFIT | ARAD

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Banat

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

EasyFit[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | EASYFIT | BANAT

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Berat

SOFÁ ARTICULADO

ARTICULATED SOFA | SOFA ARTICULADO

COZY®

by Century



Century

SOFÁS ARTICULADOS | COZY | BERAT

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Bucareste

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

EasyFit[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | EASYFIT | BUCARESTE

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Fier

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

COZY[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | COZY | FIER

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Milot

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

EasyFit[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | EASYFIT | MILOT

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Montevideo

SOFÁ ARTICULADO

ARTICULATED SOFA | SOFA ARTICULADO

COZY[®]
by Century



Century

SOFÁS ARTICULADOS | COZY | MONTEVIDEO

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Otopeni

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

SLIM[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | SLIM | OTOPENI

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Pitesti

SOFÁ LIVING

LIVING ROOM SOFA | SOFA DE LIVING

COZY[®]
by Century



Century

SOFÁS LIVING | COZY | PITESTI

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Ursova

SOFÁ ARTICULADO

ARTICULATED SOFA | SOFA ARTICULADO

COZY[®]
by Century



Century

SOFÁS ARTICULADOS | COZY | URSOVA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos





Catálogo de telas y acabados

by Century



+ de 350 opciones de telas y acabados



¡Conozca nuestra **tecnología textil!**



PET FRIENDLY



SAFE
PROTECTION



REPELENTE
A LÍQUIDOS



LIMPA FÁCIL



Escanea el Código QR
y accede a la página de telas
y acabados en meucentury.com

Century

Alba

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century
POLTRONAS | ALBA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Constança

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century

POLTRONAS | CONSTANÇA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Craiova

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century

POLTRONAS | CRAIOVA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Edessa

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century
POLTRONAS | EDESSA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Muntênia

POLTRONA
ARMCHAIR | BUTACA



Century
POLTRONAS | MUNTÊNIA

Ferramentas
para Arquitetos
Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Piatra

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century
POLTRONAS | PIATRA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Romênia

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century

POLTRONAS | ROMÊNIA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Sérvia

POLTRONA

ARMCHAIR | BUTACA



Century
POLTRONAS | SÉRVIA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos





Los mejores **Bloques 3D** del mercado

Century te ayuda a hacer tus proyectos increíbles!

- +Realismo
- +Practicidad
- +Funcionalidad
- +Comodidad



Bloques disponibles para descargar

En el **sitio web** meucentury.com,
Casoca o en **3D Warehouse**

Century

PUFFS E BANCOS

Crisana



Oltênia



Valea



Century

PUFFS E BANCOS | CRISANA | OLTÊNIA | VALEA

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



MESAS E APARADORES

Plana



New Viscaia



Viscri



Century

MESAS E APARADORES | PLANA | VISCAIA | VISCRI

Ferramentas
para Arquitetos

Tools for architects | Herramientas
para arquitectos



Gorj

CAMAS



Century
CAMAS | GORJ

Ferramentas
para Arquitetos
Tools for architects | Herramientas
para arquitectos

Sketchup | 3Ds Max | AutoCad



Mehedinti





mani fes to

Century



CONOZCA
LA NUEVA COLECCIÓN!

CONOZCA EL LOOKBOOK
DE LA COLECCIÓN MANIFESTO





www.meucentury.com

@meucentury