Revista Brincar®

QUATRO ESTAÇÕES

Ano XII • Nº 66
R$ 9,90

FEIRA
9ª EXPODISNEY APRESENTA AS SUAS NOVAS LICENÇAS

FEIRAS REGIONAIS
SHOWBRINQ MOSTRA A FORÇA DO INTERIOR DO PAÍS E OS IMPACTOS NA VENDA DE BRINQUEDOS

ESPECIAL
AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS PARA LOTAR AS PRATELEIRAS PARA O DIA DAS CRIANÇAS

ANA JULIA E MATHEUS UETA
CONHEÇA A NOVA DUPLA DE APRESENTADORES DO BOM DIA & CIA., DO SBT

EDITORIAL

A empresa de painéis de consumo Kantar Worldpanel lançou um estudo que aponta queda de 7,5% no consumo das famílias brasileiras e aumento de 8,5% nos preços no primeiro semestre de 2015, em comparação com o mesmo período do ano passado.

Nos últimos semestres, para driblar o aumento dos preços e equilibrar as despesas, os consumidores diminuíram as idas aos pontos de vendas e a cada visita aumentaram o número de itens adquiridos, voltando a velhos hábitos de consumo, as compras de abastecimento. Agora, entretanto, com a atual situação econômica, essa tendência apresenta uma mudança negativa: no primeiro semestre deste ano os consumidores fizeram duas visitas a menos ao PDV. Além disso, reduziram o volume comprado a cada visita, coisa que ocorre pela primeira vez em 6 anos.

Todas as classes sociais foram impactadas, porém a classe C foi a que mais contribuiu com a queda no período, registrando perda de 9% em volume e redução de duas idas ao ponto de venda. O número de itens levados em cada ocasião de compra também caiu (5%).

As regiões Norte e Nordeste foram as que mais contribuíram para o resultado negativo no período, sendo responsáveis por 27% da queda do semestre. Os consumidores locais diminuíram três vezes suas idas ao ponto de venda e registraram uma diminuição de 7% em volume médio por ocasião de compra.

A Grande São Paulo foi outra região que também registrou uma perda de frequência. Os paulistas foram seis vezes menos aos pontos de venda e reduziram o volume de compra em 8%.

O único canal de vendas a demonstrar crescimento no primeiro semestre, em comparação ao mesmo período do ano passado, foi o atacarejo que cresceu 18%.

Não alheios aos impactos da situação econômica do País, mas com a certeza que devemos informar bem, nesta edição trazemos o Perfil da dupla de apresentadores da atração infantil Bom dia & Cia, do SBT, que esteve envolvida em uma polêmica decisão judicial que chegou a afastá-las do trabalho na televisão.

No nosso Especial do "Dia das Crianças" mostramos a diversidade de brinquedos, por segmento que poderão ser uma boa opção nas prateleiras dos lojistas para esta data tão importante para o setor.

Na seção Licenciamento, mostramos como A Alegria, o Medo, a Raiva, a Nojinho e a Tristeza de Riley, do filme Divertida Mente, da Disney saíram da telona transformaram em brinquedos.

Nestes tempos, visitamos as feiras Expo-Disney, ocorrida em São Paulo, assim como a Escolar Office Brasil, para trazer as novidades do universo infantil. Destaque também para a Showbrinq, a maior feira regional do País, que acontece em diversas cidades aproximando compradores e as fábricas de brinquedos.

Na seção Associação, buscamos a palavra da ALBB, associação de brinquedeiros, com o tema "O esforço que ALBB está fazendo para salvar os pequenos lojistas"

Boa leitura a todos

Os Editores

Fotos de Capa: SBT/Divulgação (Perfil: Matheus Ueta e Ana Julia); Eduardo Santos (Feiras Expodisney e Showbrinq) e Divulgação (Especial Dia das Crianças)

SUMÁRIO

4 **Giro de Mercado**
Os fatos do mês

6 **Perfil**
Matheus Ueta e Ana Júlia, apresentadores do Bom dia & Cia, do SBT

10 **Especial**
Dia das Crianças – Produtos e vendas por linhas e canais

22 **Feira**
Expodisney: a feira de licenciamentos da Disney

28 **Feira Regional**
Showbrinq se consolida como opção de negócio entre os comerciantes regionais

34 **Feira**
Escolar Office Brasil 2015 supera expectativa de visitação e negócios

38 **Tecnologia**
Disney lançará brinquedo tecnológico que interage com crianças

39 **Mercado**
Mattel, Calesita Brinquedos e Estrela apresentam lançamentos de produtos

40 **Associação**
O esforço que ALBB está fazendo para salvar os pequenos lojistas

42 **Economia**
Indústria corta 32,7% e investe R$ 53 bilhões a menos em 2015

44 **Licenciamento**
Filme Divertida Mente mostra as emoções humanas que viraram brinquedos

46 **Puericultura**
Produtos para suprir a necessidade dos pequenos

48 **Comportamento**
Psicóloga analisa 'Como lidar com os ataques de "birra" de seu filho?'

50 **Artigo**
Presidente do SESCON-SP analisa "A conta amarga de uma economia sem rumo"

QUATRO ESTAÇÕES

José Eduardo dos Santos
Mtb 28.714

***Brincar* Nº 66**
Agosto/Setembro - 2015

DIRETOR DE REDAÇÃO:
Eduardo Santos

REPRESENTANTES COMERCIAIS:
Daizinha Rosa de Jesus Tel.: (11) 9 8473-6645
Lurosa Comunicação Tel.: (11) 9 7631-6066

REPRESENTANTE INTERNACIONAL
Smart Regent Production Ltd.,
4/F., No. 13 Lan Kwai Fong
Central District, - Hong Kong
Tel: (852) 2815 0166 Fax: 2815 6911
e-mail: sregent@gmail.com

COLABORADORES:
Andres Lustwerk (textos), João Raposo, Mário Llaguno, Rafael de Freitas (fotografias), Claudio Huerte (artes e diagramação); Eduarda S. Araújo (gerente administrativa)

CONSELHO EDITORIAL:
ADOLPHO SILVÉRIO FIGUEIREDO JR
AIRES JOSÉ LEAL FERNANDES
ANDREA BASILI
AUDIR QUEIXA GIOVANI
CARLOS MARIEN
CHARLES KAPAZ
DANIEL TREVISAN
EDUARDO BRITO
GABRIELA GOMES DE OLIVEIRA
GILBERTO EUGÊNIO VASCONCELOS
GRAZIELA MASON SILVEIRA
IRENE DÁRIO
JOÃO GILBERTO GHIRARDI
JOÃO CARDOSO DE OLIVEIRA FILHO
JOSÉ CLÁUDIO THADEO
LUÍS ILLANES
LUIZ MARCONI JR.
LUÍS KOSEI MATSUDA
MARCIO PONZINI
MARCELO ROSSI
MARCOS ERNICA
MARCOS LIPARI
MAURO ANTÔNIO RÉ
NATÂNIA DO CARMO O. SEQUERA
PAULO BENZATTI
PAULO ROBERTO BAZZO
RUBEN PAULO KIPPER
SÉRGIO FIGUEIREDO
VAGNER LEFORT
YEH KUANG HISIANG (ANDRÉ)

Brincar, é uma publicação bimestral da Editora Quatro Estações, que nos termos dos Artigos 8º e 9º da Lei 5250/67 e Artigos 122 e seguintes da Lei 6015/73, está registrada na Lei de Imprensa sob o nº 219.355 do Livro B do 1º Cartório de Títulos e Documentos e a marca está devidamente depositada no INPI sob o nº 825999618.

A revista ***Brincar*** não se responsabiliza pelas opiniões dos artigos assinados.

EDITORA QUATRO ESTAÇÕES EIRELI
Redação, Publicidade e Administração
Rua Dias Velho, 48
CEP 02735-040
São Paulo - SP - Brasil
Tel./Fax: 55 (11) 3932-0438

VISITE NOSSA HOME PAGE
www.revistabrincar.com.br
redacao@revistabrincar.com.br
facebook.com/revista.brincar

RI HAPPY REVÊ EXPANSÃO EM SHOPPING CENTERS

O presidente da Ri Happy e PBKids, Héctor Nuñez, afirmou em julho passado que o momento do mercado de shoppings fez com que a varejista de brinquedos revisse seus planos de expansão. "Estamos alterando alguns planos. A expansão acelerada dos empreendimentos nos últimos cinco anos fez a oferta atual ser um pouco maior do que a demanda. Diante desse cenário atual, estamos sendo um pouco mais cautelosos e as negociações estão sendo mais lentas", afirmou, durante evento em São Paulo. Segundo Nuñez, esse contexto fará com que a empresa dê atenção para o formato "store in store" com a Disney Store, Lego Store e a Ri Happy Baby.

Fonte: Portal Gironews

Reprodução

Para Héctor Nuñez, presidente da Ri Happy e PBKids, a fase do varejista é de "cautela"

THE WALT DISNEY COMPANY BRASIL E O SBT ANUNCIAM UMA PARCERIA PARA A EXIBIÇÃO DE CONTEÚDOS NA TELEVISÃO ABERTA

Divulgação

O acordo, sem precedentes no país, envolve programas e séries dos canais Disney

The Walt Disney Company Brasil, líder em entretenimento familiar, e o SBT, empresa com uma penetração de 95% nas residências brasileiras com TV aberta, iniciarão em 1° de setembro uma parceria histórica, oferecendo a alta qualidade dos conteúdos da Disney, em um bloco de programação que irá de segunda a sexta, das 10h ao meio-dia e aos sábados e domingos das 11h às 13h.

A programação terá o melhor dos canais Disney Junior e Disney Channel, onde as crianças e suas famílias poderão curtir séries como: A Casa do Mickey Mouse, Princesinha Sofia, Doutora Brinquedos, Miles do Amanhã, Jake e os Piratas da Terra do Nunca, A Xerife Callie no Oeste, Austin & Ally, Phineas & Ferb e 7D; e também as produções locais, como: Junior Express, Art Attack, Parquinho, Que Talento! e Violetta; bem como os mais emocionantes filmes Disney.

Claudio Chiaromonte, Vice-presidente Executivo e Managing Director, The Walt Disney Company Latin America, afirmou: "Este acordo representa um passo histórico e muito importante na trajetória da Disney no Brasil, materializando uma iniciativa muito poderosa para atingir a nossa missão de oferecer experiências Disney em todos os lugares onde for possível. Estamos muito contentes e honrados por esta parceria com o SBT, com quem teremos um relacionamento de muitos anos, neste esforço para levar o melhor da Disney a todos os lares brasileiros, graças ao poder massivo da televisão aberta".

"O SBT sente-se homenageado e prestigiado com esta parceria. A Disney produz os melhores desenhos e filmes para o público infanto juvenil, e tê-la em nossa programação, nos dá a certeza de melhores resultados de audiência e de ótimos negócios para os clientes que sempre são bem sucedidos, utilizando a mais famosa e conceituada marca mundial, que atinge a família, os jovens e as crianças", destaca Silvio Santos, proprietário do SBT.

XICKOS É VENCEDORA DO *TOP OF MIND* 2015, PROMOVIDO PELO JORNAL A TRIBUNA DE SANTOS

As marcas mais lembradas entre os moradores da Baixada Santista foram premiadas na 13ª edição do prêmio *Top of Mind* A Tribuna, em cerimônia no Teatro Coliseu, na noite de 7 de agosto.

Os representantes das empresas vencedoras receberam os troféus das mãos dos diretores de A Tribuna. A banda *All you need is love*, cover dos Beatles, se apresentou durante a festa.

Diferentes segmentos são contemplados na premiação. O *Top of Mind* tem como objetivo reconhecer o trabalho das empresas e valorizar o mercado publicitário da Baixada Santista.

O diretor-presidente do jornal A Tribuna, Marcos Clemente Santini, lembra da importância da premiação para a credibilidade das empresas. "O *Top of Mind* virou parâmetro para os consumidores, significa reconhecimento de um trabalho bem sucedido pelos empresários".

A comemoração começou por volta das 21 horas. Para animar a festa, a apresentação do *Top of Mind* foi conduzida pelo jornalista e humorista Felipe Andreoli, repórter do Programa Encontro com Fátima Bernardes, da Rede Globo.

Reprodução Internet

A Tribuna premiou as 41 marcas mais lembradas por consumidores da Baixada Santista, entre elas a loja de brinquedos Xickos

SEMAAN NA ANIME FRIENDS

O Anime Friends, maior evento de entretenimento pop da América Latina, abriu as portas no dia 10 de julho, para centenas de amantes da cultura japonesa e também dá lugar para a quarta edição da Colecon - Convenção de Colecionadores de Miniaturas Colecionáveis - que já foi consagrada como o principal encontro dos aficionados por Diecast (miniaturas de carros) do Brasil. E, como não poderia deixar de ser, a Semaan Brinquedos, referência no setor e fundadora da Colecon, voltou a marcar presença no encontro.

Semaan/Divulgação

Marcelo Mouawad (Semaan) com Bryan Benedict, designer oficial da linha Hot Wheels, da Mattel, que esteve presente durante o evento

Neste ano, a empresa aproveitou a presença de Bryan Benedict, designer oficial da linha Hot Wheels, da Mattel, que esteve presente durante o evento ministrando palestras e autografando os carrinhos dos participantes, para oferecer aos colecionadores todos os produtos relacionados ao designer com 10% de desconto.

Além disso, os amantes de Hot Wheels tiveram uma outra atenção especial. A Semaan levou para a Colecon os últimos lançamentos que fazem parte do lote M. Além disso, distribuiu gratuitamente um minicatálogo com todos os itens que foram lançados recentemente. O álbum, foi apresentado em parceria com a fabricante Mattel, é uma exclusividade da loja.

No estande de 70 m², os visitantes puderam adquirir itens para suas coleções com 10% de desconto, promoção exclusiva para a Colecon (não estendida para as lojas físicas e e-commerce). Entre as diversas marcas modelos como Mattel, Hasbro, GreenLight Collectibles, Matchbox, Hot Toys, Bandai, California Toys, entre outros.

GALINHA PINTADINHA É A PRIMEIRA MARCA BRASILEIRA ENTRE AS 150 MAIORES LICENCIADAS DO MUNDO

A Galinha Pintadinha é uma das marcas nacionais mais reconhecidas pelo público. Seu canal no YouTube conta com 36 clipes que, juntos, beiram dois bilhões de visualizações – de acordo com o próprio site. Um deles é o mais assistido pelos brasileiros desde a estreia da plataforma no país. A cativante personagem, da série criada por Juliano Prado e Marcos Luporini, também é responsável por um feito inédito para empresas do Brasil: está entre as 150 maiores marcas do mundo em licenciamento, ocupando a 89ª posição, ao alcançar o valor de 300 milhões de dólares em produtos vendidos.

O ranking "150 TOP Global Licensors" foi publicado na edição de maio da revista inglesa License! Global, uma das mais respeitadas e especializadas no setor. A Galinha Pintadinha está à frente de marcas importantes e conhecidos globalmente, como Volkswagen, Sony Pictures e Lamborghini.

"Aproveitar o potencial de uma marca 100% nacional como a Galinha Pintadinha mostra a força do Brasil na produção audiovisual e no mercado de licenciamentos, que nos permite criar oportunidades reais de negócios para nós e nossos parceiros", ressalta Miguel Moreira, gerente da Bromélia Produções, empresa responsável pela criação e administração do conteúdo da Galinha Pintadinha em todos os canais de distribuição.

O PARQUE DA MÔNICA JÁ ESTÁ RECEBENDO EXCURSÕES ESCOLARES

Inaugurado em julho, o novo Parque da Mônica, maior parque coberto da América Latina, localizado no Shopping SP Market, na Zona Sul da cidade de São Paulo, começa a receber excursões escolares durante a semana. Pacotes especiais estão disponíveis para grupos acima de 10 pessoas. Os interessados podem entrar em contato com a equipe de vendas pelo telefone (11) 5541-2531 ou pelo email vendas@parquedamonica.com.br.

Mauricio de Sousa Produções/Divulgação

O cartunista Mauricio de Sousa convida os estudantes para se divertirem ainda mais no mundo real dos gibis da Turma da Mônica

No Parque da Mônica, os estudantes podem aprender brincando por meio de atrações dinâmicas e educativas. Na Casa da Magali, por exemplo, é possível aprender sobre a importância e origem dos alimentos. No Atelier da Marina, a criançada pode desenhar e pintar ilustrações superdivertidas com a temática da Turma. No Quarto do Cebolinha a lógica é exercitada para desvendar seu plano infalível e libertar o Sansão. Os estudantes podem ainda se encontrar e tirar fotos com os personagens da Turma da Mônica, cantar e dançar com a apresentação musical "O Sonho Não Acabou" e se aventurar na Montanha-Russa do Astronauta e na Escalada do Piteco.

O Parque da Mônica é o lugar certo para vivenciar o mundo real dos gibis de Mauricio de Sousa, um dos maiores cartunistas do Brasil.

DUPLA DE APRESENTADORES DO BOM DIA & CIA SE DIVERTE MUITO ENQUANTO TRABALHA NA TV

'Toquinho', falante, japonês e ruivo, Matheus Ueta começou a carreira artística aos 3 anos, enquanto Ana Julia foi descoberta por uma apresentadora de TV no Paraná

Roberto Nemanis / SBT/Divulgação

Matheus Ueta e Ana Julia comandam o programa "Bom Dia & Cia", nas manhãs do SBT

As férias de julho de Matheus Ueta nos parques temáticos da Disney, nos Estados Unidos, corriam até com certa tranqüilidade, até que ele, através de sua assessoria foi informado que estaria afastado da apresentação do programa matinal do SBT, Bom Dia & Cia, com quem divide o cenário com Ana Julia, devido a uma decisão da justiça **(veja o box na página 8 desta edição e saiba mais sobre o caso).**

O caso foi resolvido vários dias mais tarde, depois de um acordo, enquanto a filha de Sílvio Santos, Silvia Abravanel, diretora do núcleo infantil, tomou a decisão emergencial de apresentar a atração.

Longe das polêmicas sobre o trabalho infantil, Matheus Ueta se esforça para conciliar os estudos e a agenda de trabalhos, "todos os dias eu tenho lição de casa, então acabo que estudo todos os dias, normalmente as faço no SBT, antes de entrarmos no ar, e quando tem muitas, ao invés de eu assistir aos desenhos, faço as lições", diz o garoto.

Ele ainda não definiu os próximos desafios da sua carreira, "não sei! Tenho me focado em estudar, me dizem que com conhecimento se vai longe. Falta eu conhecer o teatro, após eu atuar em alguma peça, acho que poderei começar a trilhar um caminho.

Mas já está investindo na sua formação musical, "faço aulas de violão, mas ainda estou no comecinho, meu primeiro instrumento foi o teclado. Não posso exatamente dizer que toco, mas já saem algumas músicas", explica Ueta.

A mãe do garoto é quem lida com a mídia social para o menino, "temos muitos perfis fã clube. Minha mãe mantém cadastro de muitos deles, quando posso telefono, mas ainda não tive oportunidade de realizar encontros", fala. "Quanto a minha relação com a internet, tenho perfil em algumas redes sociais, dou uma passadinha, mas quem realmente acompanha e atualiza tudo lá é minha mãe. Uso muito a internet para pesquisa, sou muito curioso, e também para procurar músicas, letras e cifras. Algumas vezes também jogo *on-line*", justifica.

Ele tem boa convivência com os amiguinhos da escola, "acho que é normal, pois me dou bem com todos", explica Matheus.

Quando o assunto é a bagunça que faz em casa, ele logo avisa: "Poxa, era bom pular esse assunto! Acho que a maior reclamação que minha mãe tem de mim é que sou muito desorganizado."

Matheus fala do convívio com a sua família, "minha mãe, Melissa, é minha grande companheira, meio sargentona, já meu pai, Edson, é meu amigo. Tenho um irmão, o Jhonathan, com 21 anos, super parceiro, mas que não mora comigo. Ele é bem mais velho, então temos uma relação tranquila, ele é um exemplo pra mim."

Sobre os animais de estimação ele conta que teve vários "cachorros, peixes, *hamsters* e até patos. Atualmente tenho o Alvin, um vira-lata que meu avô adotou e me deu. Mas no momento estou longe dele, estou morando em um apartamento que não pode ter animais, mas em breve estaremos juntos", planeja.

E a inspiração para ser artista?

"Como comecei com 3 anos e meio, tenho que dizer que a inspiração foi da minha mãe. Tudo começou porque minha madrinha participou do BBB, então quando vinham entrevistar a família encontravam um toquinho, falante, japonês e ruivo, adivinha, todos diziam: 'Porque você não leva ele pra fazer comerciais?' Até que minha mãe me agenciou e comecei. Foram muitas campanhas, muitos catálogos, muitos comerciais até que com 7 anos fiz os testes e me tornei o Kokimoto. Nunca participei de concursos, meus trabalhos de maior repercussão foram: Carrossel, Bom dia e Cia, Sábado Animado, Patrulha Salvadora, Carrossel – o Filme, Jurado do Talento Infantil do Programa Silvio Santos. Dos comerciais, fica difícil destacar algum, mas Habib's foi uma campanha legal, Kiss FM dias dos pais, ser um bichinho da Parmalat foi inesquecível."

Já Ana Júlia, que divide a apresentação da atração do SBT com Matheus Ueta, diz que "é bem tranqüilo conciliar a agenda de trabalhos e os estudos. Vou para o SBT de manhã e bem antes do horário da aula já estou livre para me preparar e até estudar mais um pouco."

Para ela, os próximos desafios da sua carreira, "além de continuar apresentando, quero muito atuar em novelas ou seriados.

Apesar de ter muita vontade de aprender, ela ainda não toca nenhum instrumento musical.

Com vários fãs clube, a garota diz que tem muito do carinho deles. "Eles são bem

A animação da atração fica por conta da dupla de apresentadores, com jogos, brincadeiras e muitos desenhos

Mateus e Ana Julia são disciplinados e cumprem bem tantos a rotina de gravações, quanto seus deveres escolares

fiéis seguem todos meus passos (risos). Já as redes sociais, minha mãe é quem administra e vejo sempre junto com ela."

Sobre seu relacionamento com os coleguinhas de escola, ela se diz "muito amigável, gosto de todos e me relaciono muito bem com eles."

E em casa, Ana Julia admite que gosta de fazer bastante bagunça, "com meu irmãozinho, mas depois deixamos tudo organizado."

Os pais dela são Júlio César, técnico em manutenção automotiva, e mãe Danila, que atualmente se dedica a cuidar de casa e do irmãozinho Davi Lucca, de dois anos, "minha relação com eles e de muito amor, carinho e incentivo", fala a pequena.

Como mora em apartamento não tem animal de estimação.

Sobre a inspiração artística, Ana Julia diz que "já nasci com o dom, mas entrei na TV por acaso. Ainda em Londrina onde nasci, encontrei a apresentadora Lu Oliveira em um supermercado. Quando ela conversou comigo já percebeu que eu levava jeito pra TV, e me convidou pra fazer uma participação no programa dela, Gostou e quis me incentivar me oferecendo um curso de teatro e outro de modelo, aí não parei mais até que surgiu a oportunidade de apresentar o Bom Dia & Cia e como já tinha uma certa experiência com câmeras e improvisos me ajudou pra ser escolhida pelo SBT."

Por isso, ela reconhece que a sua maior incentivadora foi a Lu Oliveira, apresentadora que deu ela a primeira oportunidade na TV, "meus pais também sempre me apoiaram e colocaram minha felicidade em primeiro lugar. Atualmente só faço TV, mas já participei de concursos de modelo", lembra a menina.

ENTENDA A POLÊMICA SOBRE OS APRESENTADORES

Matheus Ueta (11) e Ana Julia (9) foram afastados temporariamente do programa infantil Bom & Cia, exibido nas manhã do SBT, por decisão da justiça no dia 15 de julho.

A determinação judicial que tirou Matheus Ueta e Ana Julia do ar foi de Flavio Bretas Soares, juiz da Infância e Juventude do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região. Foi o mesmo magistrado que impediu na mesma semana a participação de dois atores mirins no espetáculo "Memórias de um Gigolô", que estreou em São Paulo. A notificação judicial recebida pelo SBT fala em "adequação de horário" de trabalho das crianças.

Segundo a assessoria, o SBT foi avisado na noite do dia 14 de julho sobre a decisão da Justiça e por isso Silvia Abravanel, diretora do núcleo infantil, tomou a decisão emergencial de apresentar a atração nas manhãs seguintes.

Ainda segundo a assessoria do canal de TV, Matheus e Ana Julia tinham um alvará que os permitia comandar o infantil, que vai ao ar de segunda a sexta das 9h às 13h, mas o juiz decidiu cassar a autorização que tinha validade até outubro deste ano e era renovado anualmente junto com os contratos de ambos.

Advogados da emissora se reuniriam com o magistrado para tentar mostrar que Mateus e Ana Julia cumprem horários que não atrapalham suas atividades escolares.

Fonte: site UOL

Saiba mais sobre Matheus Ueta e Ana Julia

Nome Completo:
Matheus Ueta Lima
Ana Júlia Queiroz Souza

Data de nascimento:
Matheus: 23/05/2004
Ana: 29/06/2006

Estuda em que série e qual colégio?
Matheus: Sexto ano, Colégio Miranda
Ana: Estou no terceiro ano do fundamental no Colégio Miranda de Pirituba. SP

Qual é o seu brinquedo preferido?
Matheus: Bola
Ana: Bonecas.

Livro que mais gostou?
Matheus: Diário de um Banana
Ana: Ararinha do bico torto.

Trilha sonora preferida?
Matheus: Do filme Velozes e Furiosos 7
Ana: Frozen.

Filme/Animação?
Matheus: Filme – Velozes e Furiosos Saga
Ana: Cinderela

Cantor ou cantora que admira? Por quê?
Matheus: Bruno Mars, porque suas músicas têm uma batida que gosto. Também admiro as vozes da Elis Regina e do Xororó, limpa e potente.
Ana: Luan Santana, pela humildade e o talento enorme.

Um sonho?
Matheus: Conhecer o mundo
Ana: Fazer uma selfie com meu patrão Silvio Santos (risos)

Viagem que mais gostou?
Matheus: Disney
Ana: A última que fiz pra Londrina, estava com muita saudade da família.

Quem são seus melhores amigos?
Matheus: Meus pais
Ana: Aqui em São Paulo a equipe que faz o bom dia & cia.

Tem medo de alguma coisa?
Matheus: Ladrão e aranha
Ana: Violência urbana.

Tem alguma mania?
Matheus: Várias - estralar os dedos, cutucar o umbigo.
Ana: Mexer nos cabelos.

Cor preferida?
Matheus: Azul
Ana: Rosa.

Um lugar que mais gosta de ir?
Matheus: No clube
Ana: Shopping.

Que herói da ficção gostaria de ser e por quê?
Matheus: Eu nunca fui vidrado em Super Heróis. Todos os heróis são ótimos, usam seus poderes para ajudar ao próximo. Um super poder que eu gostaria de ter é o de voar.
Ana: Mulher maravilha, ela é valente e bonita.

Super Toys
É muito mais brinquedo!
Nenequinha Collection é uma coleção de lindas bonecas de vinil macio e perfumado. São três modelos sortidos, cada um com acessórios e roupas para diferentes situações. Colecione-as para tornar a brincadeira mais divertida!
Nenequinha Collection
Balance o berço para seu bebê nanar!
Vem com um lindo roupão de banho para seu Bebê usar!
3 lindos modelos

DIA DAS CRIANÇAS DEVE IMPULSIONAR VENDAS DO SETOR. INDÚSTRIA PREVÊ CRESCER 12% NESTE ANO

A previsão é do presidente da Abrinq, Synésio Batista da Costa, que aponta para mais um crescimento industrial contínuo nos últimos oito anos e a previsão para este ano é de 12%

O momento econômico não está para euforia, mas a indústria nacional do brinquedo projeta crescimento para o ano e uma aceleração dos negócios a partir do Dia da Criança, data mais forte em vendas do ano. O mercado nacional do brinquedo deve movimentar este ano perto de R$ 10 bilhões no varejo, calcula Synésio Batista da Costa, presidente da Abrinq, e as vendas da Semana da Criança devem chegar a R$ 3,7 bilhões.

Levantamento da Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos mostra que desde 2007 a indústria persegue altas consecutivas, somando-se preço para loja da produção nacional mais importações: R$ 2.234 bilhões, R$ 2.510 (2008), R$ 2.710 (2009), R$ 3.117 (2010), R$ 3.460 (2011), R$ 3.875 (2012), R$ 4.456 (2013), R$ 5.160 (2014) e R$ 5.934 bilhões, projeção para este ano.

A alta do dólar, de acordo com o presidente da entidade, devolveu a competitividade à indústria nacional. "Estimamos que no ano passado a indústria nacional recuperou cinco pontos percentuais de participação no mercado, que no início do ano já era de 55% (contra 45% de importados)", observa. Synésio Batista da Costa estima que a indústria de brinquedos deve investir este ano algo como R$ 1 bilhão.

Em reunião com a presidente Dilma Rousseff, no dia 18 de agosto, ele informou que a indústria brasileira de brinquedo produziu, de 2011 até junho de 2015, 500 milhões de unidades. A entidade e seus associados, explica, continuam empenhados em trabalhar junto ao governo para as compras governamentais de brinquedos destinados às escolas. Ele diz que importantes vitórias recentes contribuíram para a estabilização do setor, como o fim da guerra dos portos e a desoneração da folha de pagamento. Entre as metas atuais, o setor busca reduzir as importações e implementar o crescimento da indústria nacional de brinquedos.

Synésio Batista da Costa observa também que houve um aumento per capita no consumo de brinquedos nos últimos cinco anos. "Eram 6 brinquedos por ano por criança e agora chegamos a 7,2." As bonecas continuam representando a maior parte do negócio, com 19,2%, seguidas pelos veículos (carrinhos, motos, pistas), com 15,5%. Juntos, São Paulo (37,2%) e Rio de Janeiro (12,8%) respondem por 50% das vendas de brinquedos no País.

Este ano a indústria está lançando cerca de 1.500 novidades em matéria de brinquedo. "A qualidade e a segurança dos brinquedos fabricados no Brasil não deixam nada a desejar às de nenhum outro país com tradição nesta indústria. Poucas atividades industriais são tão certificadas como a nossa."

VENDAS POR LINHAS E CANAIS

LINHA DE BRINQUEDOS	2014
Veículos *(carrinhos, motos, pistas)*	15,5%
Reprodução Mundo Real *(jogos de panela, móveis, kit mecânico)*	9,1%
Blocos de Construção *(encaixe para montagem de estruturas)*	3,9%
Bonecas e Bonecos em geral e seus acessórios	19,2%
Puericultura *(mordedores, chocalho, móbile)*	7,9%
Jogos *(tabuleiro, cartas, figuras, memória)*	8,6%
Pelúcia	4,5%
Madeira	5,2%
Eletrônicos e Áudio-visuais *(tablets e laptops de brinquedo, perguntas e respostas, video-games)*	3,7%
Esportivo *(patins, patinete, triciclo e veículos a pedal ou elétricos, bicicletas, lançadores de água)*	9,4%
Fantasias *(roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo, aplique de cabelo)*	3,9%
Outros	9,1%
TOTAL	***100%***

VENDAS POR CANAIS	2014
a) magazines	17,6%
b) autosserviço (supermercados, etc)	8,2%
c) especializados	39,2%
d) atacadistas	19,9%
e) internet	15,4%
TOTAL	***100%***

Fonte: Fabricantes Nacionais e Varejistas

DISTRIBUIÇÃO DOS PREÇOS AO CONSUMIDOR FINAL

Unid. (%)

BRINQUEDOS (R$)	2014
até R$ 10,00	11,1%
de R$ 11,00 a R$ 20,00	17,3%
de R$ 21,00 a R$ 30,00	18,5%
de 31,00 a R$ 50,00	19,5%
de R$ 51,00 a R$ 100,00	14,1%
acima de R$ 100,00	19,9%
TOTAL	***100%***

Fonte: Fabricantes Nacionais
Nota: Do total de brinquedos lançados a cada ano.

VENDAS POR SEGMENTO

Unid. (%)

	2014
Desenvolvimento Afetivo	19,7%
Primeira idade	20,7%
Mundo Técnico	6,4%
Atividades Físicas	13,5%
Atividades Intelectuais	14,1%
Criatividade	11,9%
Relações Sociais	13,7%
TOTAL	***100%***

BALANÇA COMERCIAL
MERCADO DE BRINQUEDOS (US$)

	2012	2013	2014
Importação	402.395.524	390.608.698	346.297.688
Exportação	9.956.264	11.188.369	10.189.395

Fonte: Secex - Sistema Aliceweb
Elaboração: ABRINQ

BONECAS E BONECOS EM GERAL E SEUS ACESSÓRIOS

A categoria é líder no segmento de brinquedos, e está em crescimento contínuo ano-a-ano, pulando de 18,1% em 2013 para 19,2% em 2014. Para este Dia das Crianças, os seus muitos lançamentos continuam trazendo muitos detalhes de construção e novas tecnologias.

Bebê Carinhas - BBRA

Boneca Minnie - CANDIDE

Boneca Charmosa Interação Digital - COTIPLÁS

Boneca Pinta & Repinta - DIVERTOYS

Boneco Olaf - ELKA

Boneco Cláudio - ESTRELA

Mr. Potato Head Star Wars - HASBRO

Boneca Fala Bebê - Sid-Nyl

Baleia Splash - SYLVANIAN FAMILIES

Boneco Stuart - TOYNG

VEÍCULOS (CARRINHOS, MOTOS, PISTAS)

Produtos de giro fácil, é a segunda linha mais representativa em termos de vendas no mercado de brinquedos, que incluem carrinhos, motos e pistas, respondem por 15,5% do movimento do setor.

Super Bike ZR1 - ADIJOMAR

Baú Activity Dog - BS TOYS

Resgate Smart Babies - DIVPLAST

REPRODUÇÃO DO MUNDO REAL

Categoria importante em qualquer pedido de compra, representa 9,1% no mix de vendas do setor e por ser bastante diversificada inclui jogos de panela, móveis, kits mecânicos, etc.

Colorir e Pintar Princesa - ABRAKIDABRA

Nossa Cozinha - Zuca Toys

Tiara, Presilha & Relógio Barbie - CANDIDE

Refrigerador Side by Side Frozen - XALINGO

Super Massa Corrida de Carrinhos ESTRELA

Maxi Cozinha Cristal - LUA DE CRISTAL

Eu Brinco de Cozinha - Água e Sabão NIG

Baby Ninos

Cotiplás
Sempre um rostinho feliz!

Baby Ninos é uma boneca fofinha com suave cheirinho de talquinho, ela possui corpo e rostinho macio e delicado igual um bebê de verdade!

Vem com uma linda chupeta!

BLOCOS DE CONSTRUÇÃO

Os clássicos encaixe para montagem de estruturas são sempre uma boa pedida para as crianças. Educativos, estimulam concentração, lógica e criatividade dos pequenos, fazendo a criança pensar e fazer as coisas sozinhas e de forma independente.

Navio Container - BANBAO

Caminhão - LEGO

Trem - MEGA BLOKS

PUERICULTURA

O segmento que inclui mordedores, chocalho, móbile, entre outros itens, sofreu uma pequena queda de representatividade fechando em 7,9% das vendas do mercado. Apesar disto o setor que engloba as categorias leve e pesada vem se mantendo firme .

Bichinhos Divertidos - ALPHA BRINQUEDOS

Chocalho Guitarra Mickey - DICAN

Zoológico de Atividades Aprendendo a Brincar - FISHER PRICE

Mordedor - LATOY

Tapete Musical - PIMPOLHO

JOGOS

Com os clássicos se reinventando com a incorporação do digital, eles seguem firmes no ranking do mercado, e representam 8,6% do total das vendas de brinquedos, incluindo a linha de tabuleiro, cartas, figuras e memória.

Pig-Bum
ANJO BRINQUEDOS

Tapete Dinossauros
CIABRINK

Magia dos Cristais
COPAG

Cara a Cara Personalizado
ESTRELA

PELÚCIA

Os produtos de pelúcia são um tipo de brinquedo atraente para todas as faixas etárias, de ambos os gêneros, e ainda estimulam o lado afetivo. Comparados ao ano anterior, perderam 0,5% e respondem por 4,5% das vendas do mercado.

Mascote - DIVERTOYS

George Dinossauro
ESTRELA

Minion - TOYNG

Centopéia - Toys Pelúcia

MADEIRA

Os brinquedos de madeira despertam interesse, criatividade e alegria na garotada, além de em muitos casos serem usados inclusive no aprendizado escolar. Representando 5,2% das vendas do mercado, cresceu 0,8%, em comparação com o ano anterior.

Parque dos Dinossauros
BRINCADEIRA DE CRIANÇA

Quadro Educativo
CARIMBRAS

Mesa de Coordenação
CARLU

Aramado Fazenda
CIABRINK

Coleção Militar
MONTA MUNDI

Cidade do Futuro
XALINGO

ESPORTIVO

O segmento esportivo é bem amplo e congrega desde patins, a patinetes, triciclo, veículos a pedal ou elétricos, bicicletas, até lançadores de água. É o brinquedo que coloca a criança em movimento e representa 9,4% de market, graças ao valor agregado de alguns itens da categoria.

Moto BMW
BANDEIRANTE

Silverado 12V - BIEMME

Caloi One - CALOI

Carrinho XRover à Pedal
XALINGO

O frio chegou de uma maneira muito divertida.
Xalingo BRINQUEDOS
www.xalingo.com.br
facebook.com/xalingo
Compartimento para água de verdade e cubos que imitam gelo.
SOM
Dispenser de latinhas.
COM GLITTER
1926.5
De 37 a 96 meses
Refrigerador Side by Side Frozen
COM LUZ INTERNA
Cubinhos que imitam gelo.
Com sons.
COM GLITTER
1927.6
De 37 a 96 meses
Refrigerador Duplex com Som Frozen
Disney FROZEN

PLAYGROUND E TOCAS

Com eles a brincadeira está garantida, já que estimulam o desenvolvimento físico e social e por que não dizer cognitivo das crianças, que soltam a imaginação quando estão envoltos deles. Os brinquedos da linha playground chegam com diversas novidades.

Escorregador Cachorrinho
ALPHA BRINQUEDOS

Toca Minions com bolinhas
BANGTOYS

Toca Transformers
BRASKIT

ELETRÔNICOS E ÁUDIO VISUAIS

Com eles a brincadeira está garantida, já que estimulam o desenvolvimento físico e social e por que não dizer cognitivo das crianças, que soltam a imaginação quando estão envoltos deles. Os brinquedos da linha playground chegam com diversas novidades.

Teleférico de Latinha
3D COMEX

Carrinho Ben 10
CANDIDE

Relógio e-Guardian
DL

Sofia Luminosa
ESTRELA

Babá Eletrônica
MULTIKIDS

Minion Luminoso
TOYNG

Alta tecnologia em cuidados para bebês.

*Qualidade aprovada por todas as mamães!**

PHILIPS AVENT

* baseada em pesquisa de satisfação online conduzida pela TNS em Dezembro de 2011 com 36.000 mulheres/usuárias de produtos da categoria mamãe e bebê nos EUA, Inglaterra, França, Alemanha, Itália, Holanda, Polônia, Espanha, Rússia e China.

Fique por dentro de todas as novidades da Semaan!
Faça seu cadastro no site e receba novidades por e-mail diariamente!
Curta a nossa página no facebook!

semaandistribuidora.com.br/cadastro

semaan d.n. distribuição nacional

facebook.com/semaandistribuidora

11 3313 4522
Rua Madeira nº 72/82 · Pari · São Paulo · SP

semaandistribuidora.com.br

FANTASIAS

Esta categoria e bem mais extensa do que imaginamos, incluindo roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo e aplique de cabelo. Representa 3,9% do mercado.

Blush Monster High
CANDIDE

Cinderella
RED CIRCUS

Capitão América
RUBIES

Menino Herói
SID-NYL

MATTEL

Com seus vários lançamento durante praticamente o ano todo e sua grande e diversificada linha, os produtos Mattel se tornaram uma categoria especial entre os importados, que devem ter mais um ano de queda no *market share* de brinquedos no Brasil

Barbie Cão Banho de Cores

Amigami

Polly Conjunto de Férias em Paris

OUTROS

Vários produtos, que geralmente não se encaixam nas categorias anteriores, acabam englobando o mix de "outros", entre eles as massinhas de modelar. Juntos, representam 9, 1% do mercado.

Super Massa DORA A Aventureira
ESTRELA

Super Massa O Show da Luna
ESTRELA

Super Massa Criando sua Peppa
ESTRELA

Baby Driver
Um charmoso carrinho para os nossos pequenos
Moto Firenze
Mais um lançamento imperdível com a qualidade BS Toys. - med.: 46cm x 29cm
Brinquedos BS Toys faz o Dia das Crianças mais feliz
Pick-up Mônaco
Para soltar a imaginação e viver grandes aventuras.
Baú Activity Dog
Um lindo baú com alça para puxar. Vem com peças de encaixe em formato de letras e números.
BS TOYS
Sempre Inovando!
www.bstoys.com.br
Acesse para conhecer toda a nossa linha

EXPODISNEY CHEGA À NONA EDIÇÃO NO BRASIL TRAZENDO NOVIDADES

Feira de licenciamentos da Disney oferece diversas oportunidades de negócios em diferentes setores

Eduardo Santos

A decoração do *lounge* na ExpoDisney foi temática do novo filme da franquia Star Wars, O Despertar da Força

Realizada pelo nono ano consecutivo pela The Walt Disney Company (Brasil), a EXPODISNEY 2015 ocorreu entre os dias 27 e 28 de maio, em São Paulo, exclusivamente para convidados credenciados. Com o objetivo de apresentar ao mercado brasileiro todos os seus negócios, a empresa espera recebeu no pavilhão do Transamérica Expo Center mais de 10 mil visitantes de diversos segmentos da indústria, além de agências de publicidade, varejistas e outros setores ligados ao negócio de bens de consumo e entretenimento. Durante os dois dias da feira serão apresentados aos visitantes os lançamentos da Disney, Marvel e Lucasfilm de cinema, TV, rádio, eventos e produtos de consumo.

O evento ainda promove um ciclo de palestras e apresentações de executivos, incluindo representantes internacionais. Atualmente a empresa conta com mais de 200 licenciados das marcas e propriedades Disney, Marvel e Lucasfilm e que comercializam milhares de produtos, que serão agrupados e apresentados em quiosques tematizados em diversos locais da feira. Calcula-se que mais de 100 empresas estiveram presentes no evento entre fabricantes de produtos como vestuário, brinquedos, eletrônicos, publicações, artigos alimentícios, itens de higiene pessoal, além de artigos de papelaria e festa. Varejistas puderam conhecer as novidades das linhas de produtos licenciados com os consagrados personagens como Mickey, Princesas, Os Vingadores da Marvel e Carros, e também os lançamentos de produtos de Divertida Mente, de Disney•Pixar, e Homem-Formiga, da Marvel, que serão lançados no segundo semestre de 2015.

Na entrada da feira, a loja acessível ao público com os produtos Disney, mostrou as novidades do expositores

Galeria Star Wars com exibição de peças de colecionadores, como uma réplica do novo modelo de capacete dos *Stomtroopers* do novo filme de Star Wars, que foi o centro das atenções na feira

O centro multimídia do evento teve espaço onde foram exibidos os conteúdos Disney de todas as linhas de negócio disponíveis nos próximos anos, terá como tema Star Wars: O Despertar da Força, o filme mais esperado da história que chega ao Brasil a partir de 17 de dezembro. Os visitantes apreciaram uma Galeria Star Wars com exibição de peças de colecionadores, uma coleção de capacetes customizados por artistas brasileiros, uma réplica do novo modelo de capacete dos Stomtroopers do novo filme e estátuas da série da Disney XD, Star Wars Rebels.

Já o auditório, com capacidade para mais de 400 pessoas recebeu uma série de palestras, homenageando 20 anos da Pixar que serão completados em 2016 e teve uma ambientação inspirada em Divertida Mente, de Disney•Pixar. No espaço ocorreram a apresentação das novidades da Disney em cinema, entre eles: Divertida Mente, O bom Dinossauro, e Procurando Dory, da Disney•Pixar, Homem-Formiga e Capitão América: Guerra Civil, da Marvel; e Alice Through The Looking Glass e Zootopia, da Disney.

A área de TV, junto com os talentos do Disney Channel e do Disney Junior, contou

Estátuas da série da Disney XD, Star Wars Rebels e outros filmes de sucesso, como Carros, também foram lembrados na exposição

Richard Leon, vice presidente de vendas, varejo e licenciamento da Disney, durante a exposição, falou que em todas as licenças Disney têm oportunidades

as novidades dos três canais para 2015, como o novo filme: Descendentes, além de novos episódios das séries do Disney Junior: Princesinha Sofia, Jake e os Piratas da Terra do Nunca, Doutora Brinquedos e a querida série A Casa do Mickey Mouse. O Disney XD mostra novidades no bloco Marvel Universe, com as novas temporadas e episódios inéditos de séries de sucesso como Hulk e Os Agentes de S.M.A.S.H, Avengers Assemble-Vingadores Unidos, e Ultimate Homem-Aranha e a nova temporada da série Star Wars Rebels, com estreia para setembro.

Os canais Disney, ESPN e a Rádio Disney, além de apresentações de conteúdos inéditos, tiveram um espaço dedicado.

A Disney também apresentou como destaque o novo show ao vivo de Disney Live! O caminho Mágico de Mickey e Minnie, que terá estréia em breve.

A Magia da Disney no entretenimento da família

Licenciadores globais, como a Mattel, também estiveram presentes na exposição da Disney

O vice presidente de vendas, varejo e licenciamento, Richard Leon analisa o mercado de licenciamento para a Disney nestes 10 anos de exposição para a companhia dizendo que "os negócios com licenciamento tem crescido bastante. Mais que dobrou nos últimos quatro anos e continuamos esperando dobrar novamente os negócio no futuro." Segundo ele, "a ExpoDisney dá oportunidade para o varejo, que hoje acredito ser parte de tudo o que é a Expo. Ver o universo dos produtos da Disney, das franquias e ver como estão realmente bem representados, e com isto, juntando toda esta força, ajudam bastante os clientes a entender o que os produtos Disney representam no licenciamento. A Expo é este evento anual que ajuda a fazer tudo isso. Integrando licenciado, varejo, parceiros juntos em um grande evento."

O executivo fala do atual cenário da economia brasileira e como isto está impactando nos negócios da Disney no Brasil.

"Acho que por um momento na economia tem acontecido algumas coisas, mas o negócio da Disney vai continuar crescendo. Por enquanto a economia do Brasil não tem afetado o nosso negócio, dobramos o negócio no Brasil, o crescimento nestes últimos anos tem sido mais agressivo e agora estamos esperando a mesma coisa. O Brasil é o mercado, como Miguel (Vives) comentou na abertura (do evento), é o foco, é um país que a Disney está vendo como oportunidade e sempre em qualquer mercado você passa por momentos melhores que outros de oscilações. O crescimento nunca é igual", revela.

Visão geral da feira que reuniu diversas categorias de licenciadores e varejistas e no Transamerica Expo, em São Paulo

Ele concorda que ainda que o mercado de entretenimento seja bem específico, e não se aplica ao consumo básico da população, se a economia estivesse com um crescimento mais consistente os próprios negócios com licenciamento também demandariam um crescimento maior.

"Em licenças, todas as franquias têm oportunidades, e em brinquedos aproveitamos isso, por segmentos. Temos vários licenciados e a oportunidade quanto a negócios e quanto a franquia são várias. Nós temos que ver onde? E como? E vamos atrás junto com nossos parceiros. A cada ano a Disney traz mais conteúdo novo aos países. No ano que vem vamos ter vários filmes, como Zootopia, é uma franquia que hoje em dia não existe, mas ano que vem vai estar em mercado, nós estamos sempre procurando uma maneira de continuar

O gerente comercial Fábio Teixeira, da Zippy Toys interage com os produtos licenciados Disney em seu estande

Os heróis da Marvel chamaram a atenção dos visitantes em ambiente temático

crescendo", analisa Leon.

Além das novas franquias, há franquias que são 'eternas', como Star Wars, que será lançada no final do ano.

"Star Wars é uma franquia que já existia, mas agora com o filme e com o número de fãs que já existia. Essa vai ser uma coisa que, talvez, você esteja visitando o varejo e vai notar que alguns produtos, mas quando lançar o filme vai ser outra coisa, porque teremos muito mais oportunidades. A pessoa vai dizer: 'eu tenho interesse', e com brinquedos estamos bastante confiantes", fala o vice presidente da Disney.

Ele não define a franquia de maior destaque no portfólio da Disney, e mesmo falando especificamente de brinquedos das franquias, diz que "todas as alegrias estão representadas, porque realmente cada segmento é uma coisa especial. Com a Lucas (Film), uma franquia nova para nós da Disney nos últimos anos, a

No estande da Xalingo, João Ebert (à esq.), Pier Franco, Tâmara Campos, Alexandre Marques (à dir.) e representante, mostram os lançamentos da marca

Marvel que trabalhamos há mais de 5 ou 6 anos e cada vez se destacam como uma franquia nova, lançou vários filmes. Até agora se formou 6 episódios, mas este novo vai lançar mais personagens, mais temas que no passado. Vai dar mais oportunidades para aproveitar, maximizar, levar esta Magia da Disney ao povo brasileiro.", exemplifica Richard.

A loja de produtos Disney, na entrada da feira, foi operacionalizada pela Ri-Happy, de Hector Nunez

E especificamente de brinquedos, quanto representa o percentual desse universo?

"Tem 30% em torno dos negócios de licenciamento da Disney", revela.

Richard Leon concorda que o público da Disney é muito variado e de diversas faixas etárias, e que existem personagens de maior identificação e também grandes licenças.

"O público varia porque temos Mickey e Minnie, para de crianças e até adultos (eu tenho um Mickey). E você tem uma licença como Carros, tem um segmento para meninos, mas meninas também gostam de Carros. Uma coisa que realmente você não pode dizer "essa franquia é somente para esse segmento", realmente não funciona assim.", resume.

E com relação às outras marcas da companhia, como a PIXAR que estará completando 20 anos no ano que vem, e a Lucas Film, uma franquia que já era bastante conhecida, e agora com o timbre da Disney ganhou um novo impulso, a expectativa de vendas de produtos franqueados destas marcas é de constante crescimento.

"São para continuar crescendo, porque tudo varia cada ano quando temos um lançamento", fala Leon."

Ele analisa a franquia de maior sucesso da Disney nos últimos tempos: Frozen – Uma Aventura Congelante. "Lançamos Frozen há quase dois anos atrás nos Estados Unidos e no começo era só o filme, e de repente, o consumidor queria mais. Agora é um fenômeno Global. Hoje, os filmes que saem para narrar o futuro. Nós esperamos que todos os filmes, franquias que saem de entretenimento sirvam para a família e vamos aproveitar esta oportunidade."

Leon conclui chamando a atenção novamente para as oportunidades vistas na ExpoDisney.

"Esta feira é de oportunidade, tanto ao licenciado e varejo, mostra a Magia da Disney. Como podemos levar isto a alguns lugares, pode ser nas lojas pode, pode ser on line, pode ser em eventos, a Magia da Disney não está só no produto, ela está em vários lugares, onde a pessoa possa abordar essa Magia da Disney no entretenimento da família."

No final, o público final também pode curtir os famosos personagens da marca norte-americana

PISCINAS DE BOLINHAS

www.zippytoys.com.br

LANÇAMENTOS 2015

ZIPPY toys

FR15019
Princesas Frozen Dançarinas

FR15015
Penteadeira Frozen

FR15016
Espelho Encantado Frozen

BV1501
Bolas Vinil Frozen Princesas

BV1504
Bolas Vinil Frozen Olaf

BP1501
Barraca Portátil
Frozen

curta nosso facebook:
/ZippyToys.Brinquedos

SHOWBRINQ MOSTRA A FORÇA DO INTERIOR DO PAÍS E OS IMPACTOS NA VENDA DE BRINQUEDOS

Feira de negócios e excelente oportunidade de aproximação dos fabricantes com o varejo regional

Texto e Fotos: Eduardo Santos

Showbrinq é realizada desde 2004 e têm crescido a cada ano em número de visitantes e expositores, sendo reconhecida como uma importante oportunidade para todos os lojistas e empresários do setor

O mercado de brinquedos vive o momento de consolidação das feiras regionais. De norte a sul do País estes pequenos eventos, realizados geralmente utilizando a infra-estrutura de hotéis, tem sido uma boa opção para os varejistas realizarem suas compras diretamente das fábricas nacionais (e até mesmo de alguns importadores), abastecendo assim seus estoques para as principais datas do setor: Dia das Crianças e Natal.

Realizada desde 2004, e sob o comando de Manoel Ribeiro, a partir de 2006, a Showbrinq se destaca no calendário de feiras do segmento de brinquedos com 9 exposições (veja o box com o as datas e locais dos eventos na página 30 desta edição) em diversos Estados brasileiros, sendo que as mais tradicionais, Caruaru (PE) e Feira de Santana (BA), ambas no Nordeste, são as mais visitadas.

O evento possibilita o conhecimento dos novos produtos e novidades do mercado

Cotiplás e Super Toys

Fabiano Gazonato, gerente de vendas da empresas Cotiplás e Super Toys, fala da participação da sua empresa nas feiras regionais e faz um balanço dos negócios e as perspectivas para as data mais importantes para os brinquedeiros.

"De forma geral as feiras regionais deste ano foram bem positivas tanto para Cotiplas, quanto para Super Toys, mesmo sendo o ano em que estamos. Muitos falam em crise e dificuldades, nós temos feito um trabalho de maior aproximação dos clientes e isso tem se revertido em bons resultados de venda, para gente está sendo um ano bem satisfatório e com ajuda do incremento das vendas também nas feiras regionais", diz Gazonato.

Sobre a participação nestas feiras, ele descreve que "além de participarmos em Fortaleza (CE), em Caruaru (PE) e em Pouso Alegre (MG) e fizemos também alguns eventos isolados como showrooms próprios, na região sul., em Porto Alegre (RS), em Blumenau (SC), Curitiba (PR), e também no Rio de Janeiro(RJ)."

Em sua avaliação, o evento do Sul de Minas por ser o primeiro na região, já que nos anos anteriores ocorreram em Contagem (Grande BH), "É uma região que nos surpreendeu bastante com o evento aqui. Teve uma excelente visitação, e do meu ponto de vista. Os clientes da região gostaram da ideia vieram prestigiar. Deu certo."

O gerente da Cotiplás e Super Toys, explica que "como somos especialistas em bonecas, os grandes destaques são bonecas. Agora são bonecas interativas da Cotiplas, Charmosa interativa e a boneca Meus Fantoches, também interativa. E justamente a interação é o diferencial destas bonecas", revela. "Conseguimos integrar a boneca, o brinquedo físico, com o brinquedo eletrônico, porque a criança hoje está migrando bastante para tablet e celulares, então a criança vai brincar com o brinquedo físico e também com eletrônico e com o celular e com o tablet. No caso da Super Toys são as bonecas de preço mais baixo no ponto de venda, mas que tem um apelo afetivo e de beleza muito diferenciado."

VENDA DE BRINQUEDOS POR REGIÃO

Os fabricante nacionais apostam nas feiras regionais pela aproximação com os pequenos varejistas

Sobre as perspectivas na reta final para o Dia das Crianças, Fabiano Gazonato esclarece que está bem confiantes, "nós achamos que mercado não está tão difícil assim como todos estão falando, estamos projetando o crescimento para esse fim de 2015", finaliza em tom otimista.

Divplast

Luís Carlos Lorenzani, diretor da Divplast, esteve presente em praticamente todas as feiras regionais Showbrinq.

Entre os lançamentos da empresa no período, destaque para a Bancadinha de ferramentas, com acessórios aclopados, "bem visual e matéria prima zero, só trabalhamos com material novo", ressalta Lorenzani.

Sobre as funções do brinquedo ele fala que tem a função das ferramentas, com parafusos e ferramentas, faz barulho e interagem fazendo o funcionamento. Já a Bancada com todos os acessórios de cozinha, com bulé, escorredor, concha, frigideira, também funciona com botãozinho faz barulhinho. As duas versões são embaladas em caixa grandes. Além destes, tem dois acessórios para menino, que é um kit de ferramentas e para menina um kit cozinha, na embalagem solapa, com preço menor.

Luis Carlos Lorenzani e Juliana Lorenzani, diretores da Divplast, que estiveram presentes nas feiras do nordeste

Outra novidade da Divplast é o Carrinho na plataforma que vem com os seus acessórios, além de um outro carrinho e um caminhãozinho resgate, réplica do verdadeiro. O Bombeiro que também funciona subindo e descendo as escadas e os encaixes dos bombeiros são didáticos.

Os Carrinhos Coleção Mini Frota, Pick-up, Carrinho Sport, Caminhãozinho Bombeiro, que também são lançamento da fabricante Divplast foram feitos de apoio em um produto maior, já existente e são vendidos em solapa, para facilitar o giro dos produtos dentro do ponto de venda.

A Tecnil Brinquedos mostrou os seus lançamentos na linha de bonecos

Com 15 lançamentos este ano, a Adijomar Brinquedos teve como destaque a linha de bonecos e bonecas, que está inserindo em seu portfólio pela 1ª. vez.

João Pereira, gerente de vendas da empresa foi que levou os produtos paras as feiras regionais. Segundo ele, na linha masculina, as novidades são a Coleção Cyborg com 3 versões: Cyborg Acqua com lançador água, Cyborg Power Ball com lançador de bolinhas e Cyborg Batalha Explosiva, com canhão de led e dispositivo de som com 8 frases. Os 3 modelos são produzidos 100% em vinil. O Robot Velox é um pequeno robô também 100% vinil e com articulação e a Max Plataforma, que é um super caminhão guincho, com plataforma deslizante que acompanha um carro ou 2 motos.

Na linha de bonecas, os lançamentos foram a Babalu, a Babaluzinha e a Yasmin, todas com dispositivo de som.

Orange Toys

Daniel Vieira, gerente comercial da Orange Toys, avalia a participação na Showbrinq deste ano como positiva.

João Gilberto (à esq.), diretor da Anjo Brinquedos, com Jorge Pereira, representante da região de São Jose do Rio Preto (SP) e Rafael Mazzucatto, novo coordenador de vendas

"Foi de uma forma positiva. É muito bom por parte da empresa, pois é um momento que a gente consegue aproximar, de clientes menores do varejo. Geralmente temos muito contato com clientes grandes (distribuidores), essas feiras acabam aproximando a gente do varejo o pessoal que está mais distante e nós conseguimos ter um contato maior com eles", revelou.

Para ele, a feira Showbrinq de Caruaru foi a de maior destaque, "eu acredito que foi a Feira de Caruaru. Depois da Abrin, acredito que seja a segunda maior feira de brinquedo do Brasil. Então foi bacana. Passamos uns dias legais e vendemos bastante. A Orange vem se fortalecendo cada vez mais na região de Pernambuco."

Sobre a sua nova linha de produtos, ele diz que "este ano nós viemos com um tanque de esguichar água, em 4 modelos, o de bombeiro, o de leite, o de combustível, o caminhão pipa de água. O produto de lançamento, que estamos vendendo bastante, tem o caçamba, que vem em quatro cores, vermelho, azul, amarelo e vem com pazinha e rastelo, são os lançamentos da Orange Toys Os produtos que temos hoje no segmento de carrinhos, mais focado em meninos."

Em suas considerações finais, Vieira diz que "a gente agradece todos os nossos

João Pereira, gerente de vendas da Adijomar, ao lado das representantes no Maranhão Ivyla e Camila Meneses

Marcos Ernica (à dir.), diretor da BS Toys, com o seu coordenador de vendas na região, André Luís, durante do evento de Rio Preto

clientes, e se Deus quiser vai ser um bom dia das crianças para todo mundo."

Anjo Brinquedos

João Gilberto, diretor da Anjo Brinquedos, que fez 20 lançamentos e 45 referencias ao todo neste ano, destaca a importância das feiras regionais para o seu negócio, dizendo que sua empresa participou de quinze feira regionais este ano. E o seu destaque foi a feira de Caruaru. "Não só eu, como a maior parte dos expositores acha isso. É a mais forte, não digo que seja do setor, mas sim entre As feiras regionais. Talvez por ser a primeira e também a de Feira de Santana está se destacando como uma feira significativa.

No ano em que a economia está apresentando baixos índices de crescimento, ele analisa o que estas feiras apresentaram em relação aos índices de negócios dos anos anteriores.

"Na minha opinião, o ano está bastante confuso e não deu para definir até o momento, mas com certeza devido aos lançamentos e os investimentos que foram feitos focando o ano de 2015, a alta do dólar ajudou a travar entrada do importado, a diminuir a entrada do importado, mas isso ainda não refletiu no mercado não acredito que isso ainda esteja refletindo no mercado ainda. O pessoal está bem cauteloso este ano."

A feira Showbrinq de São José do Rio Preto foi realizada no Ipê Park Hotel, pelo 2°. ano consecutivo

Sobre as compras de última hora por parte dos varejistas e distribuidores do setor de brinquedos, Ghiraldi acredita que muitos compradores deixaram para a segunda quinzena de agosto ou para início de setembro para definir suas compras.

"Infelizmente sim. Acredito que vai dar uma loucura total e muita gente vai ficar sem mercadoria. Eu acredito que teremos problemas com as transportadoras, pois a logística não vai conseguir suprir as necessidades dos clientes", revelou a sua preocupação, acreditando na vantagem de quem estiver melhor preparado no período.

E fez mais uma observação sua a respeito das feiras regionais:

"Foi uma coisa que começou e está se solidificando e fortalecendo a cada ano eu estou bastante envolvido."

A Anjo Brinquedos lançou a boneca My Princess, que tem um delicado cheirinho, em dois modelos ruiva e loira. A coleção Fantasia Baby, são 6 modelos para colecionar feitas em vinil. A coleção Fantasia, são 3 modelos maiores e mecanizadas, elas cantam três musiquinhas, e são feitas em material vinil. O Rolê de Bebê, vem com um lindo carrinho de passeio para o seu bebê. O Beauty Hair, salão de beleza vem com acessórios, lavatório,

A exposição do fabricante de bonecas Anjo Brinquedos agradou bastante os compradores da Showbrinq

pente e escova, toalha, sai água de verdade. Meu Pet Shop Gatinho e Cachorinho, onde a criança aperta a duchinha para dar banho no seu bichinho, e também vem com acessórios, como o lavatório. A linha dos Bebês, da Coleção Bebês Anjo, cujos os moldes foram comprados na Espanha, vem com dois bebês e não são mecanizados. Eles representam um bebê de verdade, muito semelhantes a um recém-nascido. Bonequinhas do Pote, uma ideia de colocá-la no pote que agradou bastante. A Little Angels Duchinha, para crianças de 0 a 3 anos, vem com acessório de banheira, roupão. Amiguinhos de Roda coleção de 14 peças diferentes com o cavaleiro, pirata, alemão, reis e médicos, enfim uma

Em Pouso Alegre (MG), Tarcisio Luiz da Costa Representante do Sul de Minas das empresas Cotiplas e Super Toys, recebe Carlos Alberto Marinele, da Tudo Tem, de Borda da Mata (MG)

variedade de opções, para crianças de 0 a 3 anos. Bichinhos do Banho Baby, vem em uma embalagem diferenciada coleção também para crianças de 0 a 3 anos. Bichinhos do Banho Colors, em formato de saboneteira vem os bichinhos.

Marco Antonio Ares, da Aresplast, com Carlos Cunha (representante), atendem Fagner Coelho de Souza, da Mundo do Real, Itapecuru Mirim (MA)

SHOWBRINQ 2015

São Luis - MA
01 e 02 Julho – Hotel Luzeiros

Fortaleza - CE
08 e 09 de Julho – Hotel Oásis

Caruaru - PE
15, 16 e 17 de Julho – Espaço Difusora (Shopping Difusora - Caruaru)

Feira de Santana - BA
22, 23 e 24 de Julho – Spazio Eventos e Conveções

Goiânia - GO
29 e 30 de Julho – Vintage Casa de Eventos

Pouso Alegre - MG
05 e 06 de Agosto – Hotel Marques Plaza

São José do Rio Preto - SP
12 e 13 de Agosto – Ipê Park Hotel

Rio de Janeiro - RJ
19 e 20 de Agosto – Sul América Centro de Convenções

Vitória - ES
26 e 27 de Agosto – Centro de Convenções Vitória

Showbrinq – São Luís (MA) Trata-se de um evento pioneiro na região, que reúne expositores dos mais diversos tipos e marcas de brinquedos

Mamy Baby em duas versão, primeira versão boneca mecanizada, ela fala 72 frases. Segunda versão sem mecanismo. Triciclo Baby, vem a boneca com o triciclo. Bebê quero Tetê, o mecanismo dela foi desenvolvido na China. Para interagir totalmente com a criança aperta-se a boneca ela pede "Tetê", num divertida interação com o brinquedo.

BS Toys

Marcos Érica, diretor da empresa BS Toys, conta que sua empresa fez 12 lançamentos este ano.

A Moto Firenze roda livre é um produto mais popular, resgardando os aspectos e a embalagem do produto.

A linha carrinho em 3 versões, adesivadas ou sem adesivos, com embalagem caixa, saquinhos ou solapa, proporcionando um valor mais baixo, mas deixando o produto com a sua qualidade. O SUV Império, Rally Mônaco, Kansas Sport, Texas Rally, roda livre e o Smart Helicopter para o mercado mais popular.

Baú Activity Dog com design em cachorrinho, com peças de encaixe, tem travas, bracinho para ser carregado como uma malinha e telescópio. Embalado em solapa.

Vivian Rocha, gerente de vendas da Brinque Feliz, exibe a sua linha de boneca na exposição nordestina

O Baby Driver vem na caixa ou na solapa.

A Mesinha Sorrir e Aprender vem com som musical, vem em embalagem caixa ou solapa. A linha praia Peixinho vem com acessórios pazinha, conchas, estrela do mar, e golfinho. Os detalhes são a sua peneirinha e a calda do peixinho.

"Estes produtos tiveram a sua embalagem repaginada para agregar em seu custo do mais caro para o mais barato, agregando também em seus produtos que tiveram versões adesivados e embalados em caixa decorativa como sem adesivos, e embalados ou em saquinho ou solapa.", fala Érnica

O diretor da BS Toys contou como foi a sua participação nas feiras regionais em 2015.

"Nós tivemos uma participação em praticamente 98% nas feiras regionais e tivemos uma surpresa, porque a gente notou que as feiras regionais cresceram", revelou. "Notamos também que o volume de compras diminuiu um pouco, por exemplo, um cliente que comprou 10 mil no ano passado, comprou um pouco menos sete mil este ano, mas em compensação o número de visitantes aumentou", ponderou.

E continuou "a visitação nestas férias foi maior, inclusive em feiras em que a BS Toys esteve, mas eu não estive fisicamente, apenas com o meu representante, isto porque no ano passado essas férias não tiveram um número tão grande de visitantes. Uma feira assim, com menos visitação, já esse ano surpreendeu. E a gente teve que colocar até gente de fora. Para ajudar no atendimento. Foi uma surpresa boa para gente."

Em sua análise, "historicamente a principal feira regional no Brasil é Caruaru. Porque é a mais conhecida de lá os clientes vão. E a gente nota que conforme vai se fazendo ano a ano a feira, a cada ano que passa ela vai ficando melhor."

Tecnil Brinquedos

Leôncio Medeiros, diretor comercial da Tecnil Brinquedos, que participou de todas as feiras Showbrinq, exceto a de São Luís analisa essas férias como boas, "porque a gente consegue se aproximar de todo varejo regional, e com isso aproximar cada vez mais os fabricantes dos lojistas."

Tecnil Brinquedos teve 15 lançamentos este ano.

O gerente Leôncio destacou que "são todos na linha de novos heróis, defensores da natureza e dos mares e da ordem. Os lançamentos estão sendo bem recebidos este ano. São todos na linha de vinil. Estão todos bem tratados através de máscaras. E não é pintura de laboratório. E os lançamentos estão todos focados nesses bonecos de heróis. E tem algumas Fashion Dolls, tem alguns lançamentos para esse ano. A Belinha e tem também a Debby. A Belinha é lançamento deste ano e tem também a Debby que é um dos destaques. A mais vendida da coleção. Ela tem a cabeça em vinil e o corpo em sopro."

Luciano Moreira, da Brinquedos Lumar, mostra sua linha de brinquedos injetados na Capital cearense

O produtos da Tecnil Brinquedos são mais voltados para a linha Popular.

Na análise dele, a região do Sul de Minas, onde a empresa já tinha um representante que regularmente visita as lojas

Para os fabricantes é uma oportunidade impar de prestigiar a cliente e também de tirar pedidos

nesta região, teve boa participação na feira. "Pelo resultado de nossa participação pela primeira vez foi muito boa, com vários lojistas visitando e alguns que já eram clientes e outros não clientes."

Manoel Ribeiro - organizador da Showbrinq

Manoel Ribeiro fez um balanço a respeito das feiras deste ano e concluiu que foram boas.

O gerente de vendas da Biemme, Eurico Frazili (2º. esq. p/ dir.), junto aos representantes Marco Aurélio (à dir) e Lena, Joao Kenedy (preposto)

João Carlos Pessin Jr. (à esq.), diretor da Orange Toys e Daniel Vieira (gerente de vendas), mostram os lançamentos na linha de caminhões injetados

"Todas elas foram muito boas. São Luiz inclusive superou o número de visitantes do ano passado. Todas elas superaram o número de visitas do ano anterior. Este ano foi um ano muito bom para todos os fabricantes. Não ouvi ninguém reclamar. E o resultado logicamente que isso reflete em negócios. Têm refletido assim, apesar das adversidades todas do ano. Do jeito que está o ano os negócios têm sido muito bons. Está um ano difícil, não está sendo fácil para ninguém. Mesmo assim está sendo maravilhoso para a gente", revelou o organizador.

Sobre o parâmetro dos anos anteriores da exposição, ele considera o resultado estável.

"Se manteve igual ao número do ano passado em número de expositores. O que acrescenta muitas vezes é uma mais. Às vezes um sai outro entra. Isso esse ano até que me surpreendeu. Pois foi um pouco mais do que esperávamos."

"Isso mais uma vez reforça que as feiras regionais estão consolidadas.

E é possível afirmar que o cliente pode vir visitar seguro, já que as feiras mostraram as novidades do ano e praticamente todos os lançamentos feitos pelos fabricantes neste ano foram mostrados na Showbrinq.

Manoel credita também o sucesso da Showbrinq aos representantes que divulgaram o evento para os seus clientes.

"Eles inclusive fizeram um grupo no WhatsApp e convidaram os clientes. A feira foi boa e esperamos repetir o feito no próximo ano também. "

Segundo ele, apesar do evento pernambucano ser o mais prestigiado, "as feiras de São Luís, no Maranhão, e Fortaleza, no Ceará, esse ano tiveram um crescimento considerável de visitantes.

Sobre a troca de cidades mineiras, Ribeiro diz que "é porque foram os fabricantes que pediram. Eles preferem Pouso Alegre do que propriamente a feira mais próxima da Capital Belo Horizonte, e está sendo melhor do que lá em número de visitantes e na quantidade de lojas que temos por lá, e até em negócios estão sendo melhores.

Os eventos já fazem parte do calendário de compras dos varejistas regionais espalhados pelo Brasil

A Showbrinq, em Feira de Santana na Bahia, pode fazer um trabalho social e em conjunto com o UNICEF - Fundo das Nações Unidas para Infância, buscando participação para ajudar a melhorar o nosso país. O objetivo foi fazer a diferença na vida de crianças e adolescentes, através do trabalho do UNICEF que depende inteiramente de contribuições voluntárias.

Entrada decorada da 1º. Showbrinq de Pouso Alegre (MG), realizada no Hotel Marques Plaza em agosto

O evento de São José do Rio Preto, no interior paulista foi um mais aguardados pelos compradores da região

REVISTA BRINCAR APOIA FEIRAS REGIONAIS DE BRINQUEDOS

A revista Brincar, através de seu diretor de redação Eduardo Santos e de sua gerente administrativa Eduarda Santos Araújo, estiveram presentes nas feiras regionais Showbrinq.

As participações neste ano ocorreram nas edições do Maranhão, realizada em São Luís, na mineira, de Pouso Alegre e na paulista de São José do Rio Preto.

"Como as feiras regionais estão em franco crescimento nos últimos anos, estivemos apoiando nossos clientes e divulgando a Brincar junto aos lojistas", destaca o jornalista.

O trabalho de acompanhar in loco a realização das feiras regionais favorece a cobertura nas reportagens veiculadas na revista, que tem o foco nos acontecimentos do mercado de brinquedos.

A equipe da Revista Brincar presente nos eventos regionais, Eduarda Santos Araújo e Eduardo Santos

"ESCOLAR OFFICE BRASIL 2015 SUPERA EXPECTATIVA DE VISITAÇÃO E NEGÓCIOS"

Segundo os organizadores, considerando o atual cenário econômico, presença de quase 10 mil compradores do Brasil e do exterior surpreendeu as empresas expositoras, que aproveitaram para conquistar novos clientes e garantir vendas para o segundo semestre

Eduardo Santos

A feira Escolar Office Brasil apresenta para o mercado as novidades da temporada em material escolar, de escritório, informática, mochilas, brinquedos didáticos, presentes, embalagens, artesanato e muitos outros itens

A Francal Feiras, organizadora da Escolar Office Brasil 2015, que aconteceu entre os dias 19 a 22 de julho, no Anhembi, em São Paulo, divulgou nota afirmando que "quem passou pelo pavilhão do Anhembi nos últimos dias ficou com a impressão de que o Brasil não atravessa uma crise econômica. Não só os corredores, mas também os estandes das 150 empresas expositoras da Escolar Office Brasil 2015 registraram movimento intenso de compradores, inclusive – e principalmente – no primeiro dia da feira, 19 de julho – um domingo."

É o principal evento de negócios deste setor há quase três décadas

A feira é o principal evento de negócios deste setor há quase três décadas, responsável por abastecer o varejo de papelarias para o volta às aulas e apresentar para o mercado as novidades da temporada em material escolar, de escritório, informática, mochilas, brinquedos didáticos, presentes, embalagens, artesanato e muitos outros itens.

O movimento acima do esperado no domingo ditou o ritmo do restante da feira, e foi uma das causas da boa geração de negócios desta edição. A maioria dos expositores registrou a presença de compradores de várias regiões brasileiras e também de outros países em seus estandes nesse dia e nos demais. "Foi uma aposta acertada", avalia Abdala Jamil Abdala, presidente da Francal Feiras, promotora da Escolar Office Brasil. "Registramos uma visitação expressiva e um volume de negócios consistente".

O resultado foi considerado bastante satisfatório e contribuiu efetivamente para ativar os negócios deste segmento. Muitas ações foram colocadas em prática para potencializar a visitação de compradores. Uma delas é a organização de caravanas de lojistas de 15 cidades, dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Maranhão e Amapá, que totalizaram cerca de 400 papeleiros; outra ação foi a programação paralela com conteúdo técnico, como o Ciclo de Palestras e do 2º Seminário de Educação, voltados ao varejo e a educadores, respectivamente.

Abdala Jamil Abdala, presidente da Francal Feiras na abertura do Ciclo de Palestras da Escolar Paper

O investimento resultou na alta qualificação dos visitantes da Escolar Office Brasil 2015: dois terços dos 14.015 profissionais que passaram pela feira (9.185) foram de compradores nacionais e internacionais, ou seja, público focado na realização de negócios com os expositores.

Foco nos brinquedeiros

A Ciabrink Brinquedos, uma das principais representantes do segmento de brinquedos educativos e pedagógicos do Paraná, participou da Escolar Office Brasil 2015. A companhia visualizou a presença no evento como o momento ideal para apresentar os lançamentos ao setor escolar e brinquedeiro. Também, refletiu a consolidação da marca Ciabrink após onze anos de atividade, justamente em um ano que está sendo marcado por muitos investimentos e resultados previstos em longo prazo. "Sabemos que o mercado está apreensivo e instável em diversos segmentos. No entanto, acreditamos no potencial do Brasil e, cientes da nossa realidade econômica, seguimos com um histórico de resultados positivos e a aposta para que, no segundo semestre, recuperemos os números conquistados em 2014", conta a diretora comercial da Ciabrink, Eliane Von Muhlen.

FrancalFeiras/Divulgação

O esportista Gabriel Medina, campeão no Surf, mostrou sua linha de cadernos licenciados

Nilton Barbosa, gerente comercial, apresenta os lançamento em livros-brinquedos da Editora DCL

Focada no público infantil, a Editora DCL participou de mais uma edição da Escolar Paper

Nos últimos cinco anos, a indústria investiu em maquinário e tecnologia, o que permitiu trabalhar com uma produção de brinquedos educativos em larga escala e aumentar a competitividade. Com isso, a Ciabrink conquistou espaço e representatividade no mercado e atualmente é uma das fortes marcas de brinquedos educativos do país, com mais de 600 itens em seu portfólio.

A Ciabrink visualizou a presença no evento como o momento ideal para apresentar os lançamentos ao setor escolar e brinquedeiro

As caravanas de lojistas foi uma das ações para potencializar a visitação de compradores

Entre as ações previstas pela empresa para este ano estão campanhas motivacionais para a equipe de vendas e ações específicas focadas nos pontos de venda. "Os dois últimos anos apresentaram uma considerável evolução em volume de vendas, com o aumento na diversidade de itens nos pedidos e a programação de compras planejadas, tanto para o volta às aulas quanto para o mini volta às aulas", fala Eliane. "Esses números mostram que devemos manter o roteiro de investimentos e de projetos previstos para 2015, juntando força com nosso principal aliado, o 'cliente'".

O display da Summit, que apresentou os produtos licenciados da Mattel

A SUMMIT também participou da 29ª Office Brasil Escolar com sua marca própria, a TRIS, e com a alemã STAEDTLER, da qual é distribuidora exclusiva no Brasil.

Entre os destaques de sua coleção estão: Meu primeiro TRIS, que é o complemento de linha que foi sucesso na última temporada, a linha Pré-Escolar foi complementada com novos itens, como o Giz Super Macio com alta concentração de cera que também pode ser aquarelável e novas versões de Bisnaga Guache – neon e glitter. As embalagens possuem selos que segmentam por faixa etária e destacam as principais funções do produto, e as fotos facilitam a identificação rápida do uso.

A linha de produtos licenciados TRIS também é sempre muito esperada, já que a marca sempre trabalha com as melhores licenças do mercado. Para o próximo Volta às Aulas as grandes novidades são: Star Wars, Divertida Mente, Ever After High, Fisher-Price e Dora a Aventureira. Os personagens que as crianças adoram em linhas completas de produtos TRIS. Isso faz com que a TRIS tenha um dos melhores mixes de licenciados nas suas categorias.

Também participaram da feira a Editora DCL, com livros-brinquedos com máscaras, aquarelável de diversos personagens Disney, entre outros lançamentos. A Molin, que apresentou sua linha de maletas de pintura Molin completas licenciadas.

Ricardo Santos, diretor da Molin, mostrou os lançamentos da marca durante a feira

ESTANDE DA CARLU BRINQUEDOS APRESENTA "A TURMA DO PANGARÉ" E LANÇA BRINQUEDOS DE SEGMENTO EDUCATIVO

A Carlu Brinquedos apresenta durante 29ª edição da Escolar Office Brasil lançamentos exclusivos e a nova marca licenciada "A Turma do Pangaré"

Carlu Brinquedos/Divulgação

Zélly Mansur, Carolina Villar, Marcello Antony e Clayton Ost, durante o lançamento da Turma do Pangaré, no estande da Carlu Brinquedos

Com 19 anos de história no mercado nacional, a Carlu Brinquedos levou muitas novidades para a Escolar Office Brasil. A empresa paranaense escolheu a feira para apresentar seus lançamentos, que incluem uma nova marca licenciada, aramados, peças plásticas, quebra-cabeças e uma mesa para desenhos: "A feira correspondeu às expectativas, conseguimos fechar negócios e fizemos muitos contatos comerciais" conta Clayton Ost, diretor executivo, da Carlu.

O destaque do estande ficou por conta da presença do ator Marcello Antony, que esteve presente para apresentar "A Turma do Pagaré", nova marca licenciada pela Carlu Brinquedos. A turminha de animais que ensina valores, virtudes e conhecimentos tem a criação assinada por Zélly Mansur e apoio artístico de Marcello Antony. Para Clayton Ost, "o conceito de 'crescer e apender' em que a Turma do Pangaré se baseia está totalmente ligado à ideologia da Carlu Brinquedos", que aposta na nova marca e é a primeira empresa a assinar com o projeto.

O primeiro brinquedo licenciado é o Quebra-Cabeça A Turma do Pangaré, confeccionado em MDF e madeira de reflorestamento, tem 8 peças e uma base em baixo relevo e é indicado para crianças a partir de 4 anos.

O Aramado Mesa de Coordenação com 85cm de altura e 6 circuitos foi destaque na exposição da empresa

Outro lançamento de sucesso foi a linha de aramados, que traz dez modelos variados indicados para crianças de 2 e 3 anos, com destaque para o Aramado Mesa de Coordenação com 85cm de altura e 6 circuitos. O grande diferencial fica por conta do acabamento dos aramados, que recebem pintura especial que não enferruja ou descasca: "Percebemos que os aramados produzidos no Brasil são feitos com arames revestidos com plástico, que descascam, soltam partes e entortam com facilidade, por isso passamos alguns anos pesquisando e desenvolvendo novos métodos e acabamentos para entregar um produto mais bonito, durável e seguro para as crianças" explica Carmen Ost, presidente da Carlu.

As crianças que passaram pelo estande também se divertiram desenhando na exclusiva Mesa Baby - Rabiscos de Iniciação, que tem tampo em MDF com revestimento melamínico de baixa pressão, próprio para desenhar com canetinhas a base d'água e traz a padronagem pontilhada DOTS, que cria uma base para

Eduardo Santos

O estande da Carlu Brinquedos na feira Escolar Brasil Paper, ocorrida em julho, em São Paulo

desenhos à mão livre ou ligando os pontinhos. Ao final da atividade tudo pode ser apagado com um pano umedecido em água ou álcool gel. O kit, que além da mesa ainda traz duas cadeirinhas, é indicado para crianças a partir de 2 anos.

A Carlu também apresentou durante a feira novidades em sua Musicoteca, que ganhou mais 6 instrumentos complementares e conta agora com 32 itens que incluem instrumentos melódicos, de percussão e diversos jogos para dar apoio às aulas de musicalização infantil. As novas peças plásticas, com várias opções de embalagens e quantidades e o Quebra-Cabeça Evolutivo, que mostra a evolução de plantas e animais também fazem parte dos produtos lançados.

"A busca por brinquedos educativos é crescente, por isso nos preocupamos em produzir brinquedos de qualidade, que sejam seguros e duráveis. Além de oferecermos uma grande variedade no mix de produtos, dispomos de embalagens diferenciadas que atendem desde escolas até papelarias e lojas de brinquedos" conclui Clayton.

CARLU BRINQUEDOS
Rua Avelino Hoffstaetter, 398 - Jd. Coopagro
CEP: 85903-660 - Toledo/PR
www.carlu.com.br

DISNEY LANÇARÁ BRINQUEDO TECNOLÓGICO QUE INTERAGE COM CRIANÇAS

Um app oferece acesso a missões adicionais e a superpoderes. O objetivo da Disney era usar sistemas sem fio, sensores de movimento e tecnologia possível de vestir

Por mais de dois anos, em um laboratório da Disney, alunos testaram em segredo uma versão para uso caseiro da armadura de alta tecnologia do Homem de Ferro.

O objetivo da Disney era usar sistemas sem fio, sensores de movimento e tecnologia possível de vestir para encontrar um equilíbrio entre aquilo que as crianças querem fazer (jogar videogames) e o que seus pais prefeririam (que elas se movimentem bastante).

A Walt Disney Company revelou no dia 2 de junho a linha de brinquedos resultante, chamada Playmation, que chegará às lojas em outubro nos EUA. Por cerca de US$ 120 (R$ 420), o kit para iniciantes da série "Os Vingadores" incluirá uma "luva de repulsão" do Homem de Ferro, que o jogador usa em sua mão e antebraço, e quatro brinquedos inteligentes.

Juntos, os componentes permitem que jogadores participem de missões de destruição de vilões e, nesse meio tempo, corram, se agachem, se esquivem, saltem, atirem. Um app oferece acesso a missões adicionais e a superpoderes. "É um jeito de brincar fisicamente criado para a geração digital", afirmou Thomas Staggs, vice-presidente de operações da Disney, por e-mail.

Os analistas que tiveram a oportunidade de estudar de perto a linha Playmation disseram que ela pode resolver um enigma que há muito preocupa os fabricantes tradicionais: e se os brinquedos pudessem interagir com as crianças? A resposta pode garantir a relevância de empresas como a Hasbro e a Mattel —e a Disney— junto a futuras gerações de crianças.

O vilão "Iron Skull", boneco do Playmation

Mas o terreno pode ser complicado. Os esforços para criar brinquedos inteligentes tendem a atrair reação rápida e severa das organizações de proteção à criança, e a privacidade é uma das preocupações. Um exemplo recente é a Barbie com conexão à internet criada pela Mattel, que grava a fala de uma criança, a analisa e oferece respostas pertinentes.

Preocupada com esse possível percalço, a Disney "teimou em projetar o Playmation tendo a privacidade como grande preocupação", disse Kareem Daniel, vice-presidente de estratégia e desenvolvimento de negócios da Disney Consumer Products. Os componentes do Playmation, por exemplo, são intencionalmente produzidos para não permitir conexão com a Internet quando as crianças estão brincando, disse.

A Disney está preparando o lançamento do Playmation em ritmo acelerado. Conjuntos com o tema "Guerra nas Estrelas" serão lançados no ano que vem; os protótipos demonstrados recentemente incluíam treinamento jedi e trapaças de Darth Vader. Uma versão "Frozen" está no calendário para 2017. Dirigidos a crianças dos seis aos 12 anos, os produtos também podem ser usados por adultos.

Com uma ampla disponibilidade de personagens no acervo da Disney e uma plataforma flexível de tecnologia para explorar, "o potencial do Playmation é imenso", disse Staggs.

Os brinquedos da linha básica do Playmation revelam uma mudança sutil mais importante na Disney Consumer Products, que vem registrando forte expansão recentemente (a divisão gerou US$ 1,4 bilhão em lucro operacional no ano passado, 22% a mais do que em 2013). A Disney tradicionalmente não criava seus próprios brinquedos, e em lugar disso licenciava personagens para uso de empresas como a Hasbro e a Mattel.

Mas o Playmation foi criado dentro da companhia, refletindo o esforço da Disney para se envolver mais na criação de novas categorias de brinquedos e gerar mais crescimento. Em caso de sucesso, isso significa também que a Disney excluirá concorrentes; personagens que não sejam controlados pela companhia não serão autorizados naquilo que ela define como "um ecossistema de brinquedos".

Há alguns concorrentes para o Playmation.

Reprodução

A garota Evangeline Lindes, testa o novo Playmation, da Disney

Para começar, a linha está surgindo durante um a mudança de comando na Disney Consumer Products. Bob Chapek, o executivo que mais defendia o Playmation, foi promovido em fevereiro e vai comandar os parques temáticos da companhia. Sua sucessora, Leslie Ferraro, adotou o Playmation, mas sua experiência anterior está inteiramente no ramo de marketing.

Além disso, apenas duas pessoas podem ter a experiência Playmation plena ao mesmo tempo, pelo menos inicialmente, e isso pode frustrar as crianças.

Dependendo de como o Playmation seja comercializado, a linha de brinquedos também poderá colidir com o Disney Infinity, um conjunto de videogame e brinquedos vendido por uma divisão separada da companhia. Para jogar Infinity, os participantes usam bonecos de personagens que se parecem com as figuras de ação do Playmation. O Infinity 3.0, cujo foco será "Guerra nas Estrelas", e ao preço mais baixo de US$ 65 para o kit inicial, também estará nas lojas no final do ano. A Disney, porém, diz que não considera que os produtos prejudicarão um ao outro.

Ainda assim, os analistas de brinquedos se declararam encorajados pela profundidade do Playmation. O conjunto de "Os Vingadores" vem com 25 missões. A Disney também venderá brinquedos Playmation adicionais —mãos de Hulk, diversas figuras de ação— a preços de cerca de US$ 15 (R$ 52,50) por unidade.

"Não creio que esses brinquedos serão algo com que as crianças brinquem uma vez e depois esqueçam", disse Silver.

Fonte: THE NEW YORK TIMES
Tradução: PAULO MIGLIACCI

MATTEL LANÇA NOVA MARCA PARA INCENTIVAR CRIATIVIDADE

A Mattel, líder no desenvolvimento de marcas infantis, lança sua primeira linha de brinquedos para o segmento Arts&Crafts. AmiGami tem como público meninas entre 7 e 10 anos e traz diferentes modelos de bichinhos totalmente customizáveis e colecionáveis. AmiGami oferece às meninas um novo jeito de brincar e expressar a criatividade, desenvolvendo as habilidades motoras.

Mattel/Divulgação

AmiGami é a primeira linha de brinquedos de customização da Mattel e marca a entrada da empresa no segmento Arts&Crafts

CALESITA BRINQUEDOS LANÇA FÁBRICA DE MASSAS PARA CRIANÇAS ACIMA DE QUATRO ANOS

Aos quatro anos, a criança já está bastante desenvolvida e apresenta sinais de independência: gosta de se vestir sozinha, escovar os dentes, carregar a mochila e a lancheira. Ela já conhece a sua rotina e tem noção de que vai à escola de segunda a sexta e pode dormir até mais tarde aos fins de semana. E uma das brincadeiras favoritas da maioria delas nessa idade são aquelas que imitam os pais, como consertar o carro, escrever no computador, pentear o cabelo em frente ao espelho e cozinhar.

Calesita/Divulgação

Mamma Mia pode ser utilizada com massinha de modelar ou massa de verdade, para ajudar os pais na cozinha

Pensando nisso, a Calesita Brinquedos lançou recentemente, a Mamma Mia, fábrica de massas, que pode ser utilizada com massinhas de modelar ou massa de verdade. A ideia é fazer da preparação das refeições um momento de integração e diversão para a família. O brinquedo é indicado para crianças a partir dos quatro anos.

De acordo com Bruna Leal, do setor de marketing da Calesita Brinquedos, os benefícios dessa brincadeira já são conhecidos. "Desenvolve habilidades como a coordenação motora e a concentração, trabalho em equipe, auxilia no desenvolvimento do dividir e compartilhar e colabora com a criatividade. E o principal deles: ajuda a criança a ter contato com a alimentação e tomar consciência de se alimentar melhor", explica.

A Mamma Mia foi apresentada aos lojistas durante a feira Abrin, que aconteceu em abril em São Paulo (SP). Ela vem com pratinho e espátula laváveis e cinco moldes com formas diferentes. O brinquedo pode ser encontrado em todo o Brasil.

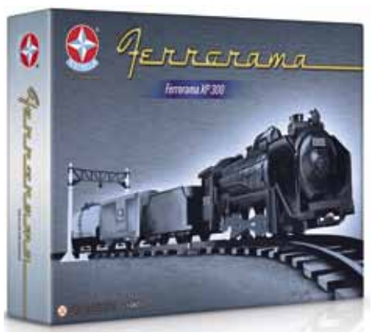
ESTRELA ATUALIZA SIMULADORES PARA O DIA DAS CRIANÇAS

Conhecida por ter em sua linha brinquedos capazes de transmitir a emoção de ser um piloto, seja de carro, helicóptero e até mesmo de trem, a Estrela lança produtos ainda mais tecnológicos e divertidos nesta temporada.

Sucesso absoluto, Autorama e Ferrorama ganham novidades, a começar pelos carrinhos, com um dos lançamentos mais aguardados, o Autorama 1:32. Sua pista mede incríveis 4,66m, com elevação e formato em "8". O modo de condução é elétrico e os carrinhos representam fielmente aos modelos utilizados na Fórmula 1. Esse pode ser considerado o clássico Autorama.

Já na linha Ferrorama, diante de pedidos nas redes sociais da Estrela, a fabricante decidiu relançar a linha XP 300. É um modelo que há tempos fez muito sucesso no mercado e que agora aparece em uma versão mais moderna. O XP 300 apresenta um traçado diferente das linhas atuais nos trilhos, bem como o seu tamanho, que aumentou.

"Optamos por trazer essas linhas de volta devido ao grande número de pedidos em nossas redes sociais e também no nosso SAC. Detectamos essas solicitações e consideramos que o momento ideal para trazer essas linhas de volta fosse agora", comenta Aires Leal Fernandes, diretor de Marketing da Estrela.



Estrela/Divulgação

Fabricante traz para a data versões clássicas repaginadas e atualizadas do Ferrorama e Autorama. É diversão garantida para toda a família

O ESFORÇO QUE ALBB ESTÁ FAZENDO, PARA SALVAR OS PEQUENOS LOJISTAS

Segundo Julio Esagui, presidente da Associação dos Lojistas de Brinquedos, são eles quem mais sofrem neste cenário de incertezas econômicas

As notícias do panorama econômico brasileiro em 2015 não são nada animadoras, sobretudo para quem dispõe de pouco capital para gerir o próprio negócio, muitas vezes tendo que recorrer a bancos para gerir o fluxo de caixa, e sem o poder das grandes redes de buscar parceiros internacionais, seja no aporte financeiro ou mesmo nas importações de produtos para a sua loja. Conversamos com Julio Esagui, que é o presidente da Associação dos Lojistas de Brinquedos (ALBB), que também é diretor do Sindilojas Rio de Janeiro, sobre esta situação. Confira:

Brincar: Diante do atual cenário econômico, quais as expectativas para as principais datas do setor de brinquedos como o Dia das Crianças e o Natal?

Julio Esagui: O cenário está como todo o comércio, porém menos sofrido que o ramo de moda, pois a criança ainda tem uma preferência, mas os valores de ticket médio caíram 18%, trazendo a venda mensal dos últimos 3 meses para uma redução de 15%. Como os preços de custos aumentaram mais de 20% e salários, aluguéis, luz e outras manutenções, a expectativa é uma venda 10% menor que do ano passado. E o pior, que para um custo de 15% maior, logo uma redução de margens de mais de 25%.

Brincar: Quais os principais lançamentos para estas datas e quais são os brinquedos mais procurados?

Julio Esagui: Este ano as empresas estão menos focadas com lançamentos e sim mais itens de oportunidades, para ter preços mais atrativos, mas sem dúvida ainda existe os itens de licenças dos filmes deste ano que foram Minions, Avengers e Star Wars, Frozen ainda têm mercado, mas diminuindo. Galinha Pintadinha também volta a ter mercado.

Brincar: Há previsão de contratação de temporários nestas datas?

Julio Esagui: Sim. Sem dúvida. O movimento esperado será o mesmo dos demais anos, porém o que acreditamos é que assim como os demais meses a redução não será nas quantidades de itens, mas sim nos valores de compras. Logo vamos ter que contratar como nos demais anos.

Brincar: A alta do dólar deixou os brinquedos importados mais caros, o que está fazendo a indústria nacional produzir em maior ritmo. Em que isso pode favorecer o lojista de brinquedos?

Julio Esagui: Pode favorecer os fabricantes nacionais. Para o lojista não modifica em nada. Somente perceberemos mais vendas de itens nacionais, que terão valores menores que os importados.

Porém não será neste momento onde muitos importadores estão com estoque ainda do ano passado com dólar de R$ 2,40, e ainda colocando em promoção. Logo somente depois de 2016, quando os produtos importados chegarem com o dólar de R$ 3,60 e os lojistas reporem seus estoques, é que os fabricantes nacionais terão um diferencial de preço no valor percebido, que é muito grande em comparação com os importados.

Brincar: Quais são as principais dificuldades enfrentadas, hoje, pelo setor, no Brasil, e o que é necessário para superá-las e estimular o fortalecimento do ramo de brinquedos?

Julio Esagui: Os aluguéis. Pois os brinquedos têm um ticket médio muito baixo e precisam de grandes áreas para expor e os aluguéis estão absurdos. A conclusão a que chego é que os brinquedos precisam de grandes áreas e o seu ticket médio é muito barato pelo tamanho de espaço que ocupam. Estamos junto com a Associação de lojistas de Shopping Center em disputa com o Congresso Nacional para derrubar alguns direitos, como o décimo terceiro aluguel, aluguel percentual, que o rendimento do estacionamento e aluguel de quiosques sejam revertido para o condomínio, que termine a covardia da cobrança de lojas vazias serem seus condomínios rateados pelos lojistas que estão sobrevivendo.

Outro problema enfrentado pelo setor é a cobrança da Substituição Tributária (ST), pois vários casos, os brinquedos são vendidos mais baratos ou quebrados, ou feito promoções, ou furtados e a ST já foi cobrada antecipadamente. Além dos altos encargos trabalhistas e os problemas em se conseguir uma boa qualidade na mão de obra para bons funcionários comprometidos. E ainda existe a covardia que algumas grandes redes conseguem junto a justiça liminar de modo que beneficia pagando somente os impostos que cobrados com a ST somente após a venda, e com isso os produtos que são reposicionados ou furtados ou danificados, os impostos são muito menores que os demais lojistas que já pagaram antes mesmo de serem vendidos.

Brincar: Como o a ALBB vêm atuando na defesa dos interesses do setor?

Julio Esagui: Existem diversas covardias em que a ALBB vêem atuando, junto alguns fornecedores que são pressionados por grandes redes, solicitando rebaixas nos preços e essas rebaixas não são repassadas a todos os lojistas do mercado, além disto, existem também a covardia destes mesmos fornecedores e grandes redes, que solicitam uma pré-lançamento nas suas lojas para darem mais visibilidade no mercado e nos clientes, como as lojas sempre com os lançamentos em primeira mão. Fizemos uma reunião no Dia 12 de agosto, em São Paulo com vários lojistas de todo o Brasil e chegamos a conclusão de chamar estes fornecedores que foram citados, como Mattel, Estrela, MultiKids e a Licenciadora Disney e explicar que esta pratica irá diminuir com os lojistas pequenos e prejudicando eles, o mercado ficará na mão das grandes redes e no futuro o próprio fornecedor será o refém destes grandes magazines e grandes redes, pois os pequenos e as redes pequenas serão dizimadas do comércio de brinquedo. Já fizemos estas reuniões com os fornecedores que aceitaram bem a reunião e os comentários. Eles se comprometeram que não será feito isso e todos afirmaram que esta prática jamais foi feita, o que ficou estranho para o mercado, mas o objetivo da ALBB é que novas atitudes como estas não sejam mais feitas, pois estamos de olho.

albb
ASSOCIAÇÃO DAS LOJAS BRASILEIRAS DE BRINQUEDOS

Contatos:
Julio Esagui - Presidente ALBB
(21) 2494-6544 / 2567-1818
(21) 98610-1010
Skype - Julioezagui
albbnacional@gmail.com

ABRINQ: BRASIL CHEGA À MARCA DE 500 MILHÕES DE BRINQUEDOS FABRICADOS NO GOVERNO DILMA

Presidente Dilma Rousseff recebeu em agosto o presidente da Abrinq, Synésio Batista da Costa

No encontro ocorrido no dia 18 de agosto com a presidente Dilma Rousseff, o presidente da Abrinq - Associação Nacional dos Fabricantes de Brinquedos fez um agradecimento em nome da indústria nacional pelo suporte dado pela governante à manutenção e, agora, renovação da alíquota de importação até 2021, no contexto do Programa de Integração Produtiva no Mercosul, liderado e gerido pela entidade. "A medida vai permitir um horizonte de investimentos e crescimento", explica Batista da Costa.

Dilma recebeu das mãos do presidente da Abrinq uma lembrança pela fabricação do brinquedo de número 500 milhões desde o início de seu governo até julho último, e assistiu à apresentação sobre indicadores de desempenho da indústria brasileira de brinquedos. Costa mostrou também à presidente Dilma a agenda setorial para os próximos anos na busca pelo crescimento, competitividade, inovação e consolidação do setor no Brasil e no Mercosul.

"Capacidade produtiva das empresas chegou ao teto e é hora de investir", diz indústria de brinquedos

Roberto Stuckert Filho/PR

INDÚSTRIA CORTA 32,7% E INVESTE R$ 53 BILHÕES A MENOS EM 2015

Pesquisa da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) mostra que a indústria de transformação vai cortar neste ano 32,7% de seu investimento total em relação a 2014. O recuo representa R$ 53,3 bilhões a menos em máquinas, equipamentos e instalações, gestão, inovação e pesquisa e desenvolvimento (P&D). O valor despenca de R$ 163 bilhões no ano passado para R$ 109,7 bilhões em 2015. Em relação ao faturamento das empresas, o investimento total diminui de 6,9% para 4,8%. O presidente da Fiesp, Paulo Skaf, lamenta a diminuição do investimento da indústria, de 3% para 2% do PIB, em razão do desempenho ruim de todos os seus setores.

"Quando há falta de demanda, falta de perspectiva e há insegurança, com a ameaça de mais impostos, e a indústria já sente falta de competitividade, o resultado disso é travar os investimentos", afirma Skaf. "E travando investimentos, não há geração de empregos. O país interrompe o círculo virtuoso e entra no círculo vicioso de menos demanda, menos investimento, menos emprego – tudo aquilo que não serve ao Brasil."

Conforme o levantamento, feito pelo Departamento de Competitividade e Tecnologia da Fiesp, mais do que dobra a proporção das empresas industriais que não farão investimento nenhum – de 19,4% no ano passado para 44,4% neste ano.

O grosso da queda se concentra nos investimentos em máquinas, equipamentos e instalações, com R$ 41,5 bilhões (38%) a menos, indicando que a indústria não pretende aumentar sua capacidade de produção neste ano. Os empresários estão na defensiva, como costuma acontecer em períodos de recessão ou de baixo crescimento econômico. A preocupação com o baixo crescimento atinge 50% das empresas, nível recorde desde a primeira edição do levantamento, em 2009.

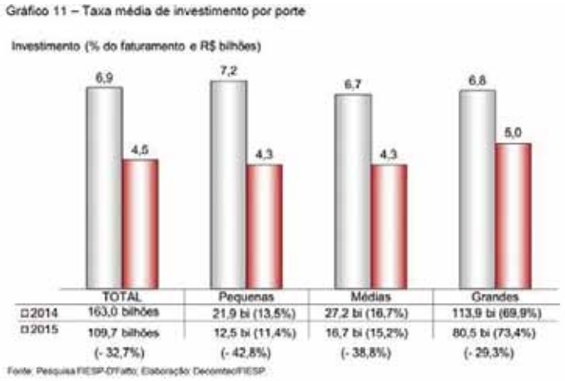
Nos investimentos em gestão, o corte deve ser de R$ 3,8 bilhões (23,7%). Inovação perde 18% em relação a 2014, ficando com R$ 3,8 bilhões a menos. P&D tem redução de 25% (recuo de R$ 4,1 bilhões).

Para a indústria, a carga tributária continua a ser o maior obstáculo ao investimento. A razão é apontada por 62% dos entrevistados. "O governo precisa esquecer esse negócio de aumentar impostos", diz o presidente da Fiesp. "Ele precisa reduzir suas despesas, se possível reduzir os impostos, aumentando a competitividade dos setores produtivos brasileiros, e reduzir juros. É isso que tem que fazer. É justamente o contrário do que está fazendo."

A pesquisa reflete a análise de Skaf. A maioria (59%) dos empresários entrevistados considera que a diminuição da carga tributária contribuiria para a retomada dos investimentos. E 42% (em questionário que permite resposta múltipla) acham que o aumento da taxa de crescimento da economia estimularia os investimentos.

"Lamentavelmente, o pior desta situação, deste círculo vicioso de menos demanda, menos confiança, menos investimento, é menos emprego. Não há nada que seja pior para o país do que o desemprego. O governo, aumentando juros e aumentando impostos, está realimentando ou alimentando o desemprego", conclui Skaf.

Gráfico 11 – Taxa média de investimento por porte



FIESP/CIESP/Divulgação

Taxa média de investimento por porte

Pequenas cortam mais

A análise pelo porte da empresa mostra que as pequenas vão cortar mais, em termos relativos. Entre elas, a redução do investimento total será de 42,8%. As médias devem cortar 38,8%, e as grandes, 29,3%.

A pesquisa foi realizada com 1.205 empresas no Estado de São Paulo entre 9 de março e 15 de maio de 2015, envolvendo toda a indústria de transformação, exceto fabricação de coque e produtos derivados do petróleo. Foram ouvidas 501 empresas pequenas, 433 médias e 271 grandes. Para permitir a análise nacional, os resultados da Pesquisa Fiesp de Intenção de Investimento 2015 foram expandidos segundo a Pesquisa Industrial Anual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (PIA/IBGE).

Intenção de Investimento de empresas industriais – 2014 x 2015

Intenção de investimentos industriais 2014 x 2015

DÍVIDAS EM ATRASO CRESCEM EM TODAS AS REGIÕES BRASILEIRAS, MOSTRA INDICADOR DO SPC BRASIL

No último mês de maio, o indicador regional de inadimplência do consumidor calculado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) registrou crescimento na quantidade de dívidas atrasadas em todas as regiões brasileiras. As regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste apresentaram crescimentos mais expressivos - de 7,81%, 7,03% e 6,86% respectivamente - se comparados à média nacional (6,70%), na base anual de comparação, ou seja, frente à maio do ano passado. Já as regiões Sudeste (6,09%) e Sul (6,06%) registraram percentuais menos elevados no crescimento de dívidas não pagas.

A economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, explica que o fato de as cinco regiões apresentarem crescimento no volume de dívidas não pagas corrobora a desaceleração da atividade econômica do país em conjunto com a piora dos indicadores macroeconômicos, o que reflete na capacidade de pagamento dos consumidores. "Fatores como a alta dos preços, o aumento do desemprego e as taxas de juros em patamares elevados devem apertar ainda mais o orçamento dos consumidores e manter as variações da inadimplência positivas até o fim do ano", afirma a economista.

Dívidas por setor

Na comparação com maio do ano passado, o segmento de Água e Luz foi o setor que apresentou as variações mais acentuadas de dívidas em atraso em duas das cinco regiões avaliadas pelo SPC Brasil: Centro Oeste, com alta de 29,18% e Sudeste, com crescimento de 17,49%. "O crescimento da inadimplência observado no segmento de serviços básicos em algumas regiões se explica pelo fato de que mais companhias de água e luz passaram a utilizar a negativação de CPFs como forma de recuperar pendências financeiras de seus consumidores, antes mesmo de realizar os cortes no fornecimento do serviço", analisa Marcela.

Já no Norte e Nordeste, destacaram-se as variações das pendências de serviços de comunicação, como telefonia móvel e fixa, TV por assinatura e internet, com crescimento de 37,35% e 19,38%, respectivamente. "Os chamados 'combos', que unem internet, telefone e TV por assinatura, têm se popularizado no Brasil, mas muitos consumidores ainda não se planejam financeiramente para lidar com essas despesas e a quantidade de atrasos tem sido cada vez maior em várias partes do país", explica a economista.

O crescimento das dívidas bancárias, que englobam cartão de crédito, financiamentos, empréstimos e seguros, foi mais expressivo na região Sul (11,39%), enquanto a alta dos atrasos no comércio se destaca no Centro-Oeste (2,70%).

Sudeste concentra mais inadimplentes

De acordo com os economistas do SPC Brasil, a participação de cada região no total de dívidas no país tem relação direta com a representatividade da região junto a população brasileira como um todo. A região sudeste, que responde pela maior parte do PIB e se destaca pela alta concentração populacional, é quem detém a maior fatia do número total de consumidores inadimplentes no país: 39,95%. Em seguida surgem as regiões Nordeste (25.94%), Sul (12,95%), Norte (8,84%) e Centro-Oeste (7,78%) no ranking de participação.

Metodologia

O indicador de inadimplência regional do consumidor sumariza todas as informações disponíveis nas bases de dados do SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito). A abrangência é nacional, com informações de capitais e interior de todos os 26 estados da federação, além do Distrito Federal.

FAÇA AQUI SUA ASSINATURA

Formas de Pagamento da Assinatura da Revista
Depósito (somente à vista)
• C/C do BANCO DO BRASIL Ag. 0687-4 - C/C 19142-6
• C/C do BRADESCO Ag. 1756-6 - C/C 12456-7
Boleto Bancário
[ ] R$ 99,00, à vista
[ ] 2 parcelas de R$ 55,00, com pagamento subsequente em 30 dias após o 1º pagamento
[ ] 3 parcelas de R$ 39,00, com pagamentos subsequentes a cada 30 dias após o 1º pagamento

Preencha com seus dados na internet:
www.editora4estacoes.com.br
ou envie por Fax: (11) 3932-0438 ou
por e-mail: assinaturas@editora4estacoes.com.br

Nome ou Empresa_____

CNPJ/CPF_____

Endereço_____

_____

Cep|__|__|__|__|__|-|__|__|__|Cidade_____Estado____

DDD_____Telefone_____

e-mail:_____

Data____/____/_____ Assinatura_____

DIVERTIDA MENTE, AS EMOÇÕES DAS PERSONAGENS DO FILME EM BRINQUEDOS

A Alegria, o Medo, a Raiva, a Nojinho e a Tristeza de Riley saíram da tela grande e se transformaram em divertidas atividades do mundo infantil

TWDC/Divulgação

Alegria, Raiva, Nojinho e Tristeza estão junto na cabeça da garota Riley, mostrando ao público como são essas suas emoções

Você já olhou para alguém e se perguntou o que se passa na mente dessa pessoa? O novo filme original da Disney•Pixar Divertida Mente (Inside Out) se aventura dentro da mente para descobrir.

Baseado no centro de controle que se localiza dentro da mente de Riley, uma garota de 11 anos, abriga cinco Emoções que trabalham arduamente, lideradas pela otimista Alegria, cuja missão é garantir que Riley esteja sempre feliz. O Medo cuida da segurança, o Raiva garante que sempre haja justiça e a evita que Riley seja envenenada — física e socialmente. A Tristeza não tem muita certeza sobre que é o seu papel, e sinceramente, ninguém tem.

Quando a família de Riley se muda para uma nova cidade assustadora, as Emoções entram em ação, ansiosas para ajudá-la na difícil transição. Mas quando a Alegria e a Tristeza são levadas inadvertidamente para as profundezas da mente de Riley — levando com elas algumas de suas principais lembranças — o Medo, o Raiva e a Nojinho assumem, relutantemente, o comando. A Alegria e a Tristeza precisam se aventurar em lugares desconhecidos — Memória de Longo Prazo, Terra da Imaginação, Pensamento Abstrato e Produções de Sonhos — em um esforço desesperado para retornar ao centro de controle, e a Riley.

Dirigido pelo vencedor do prêmio da Academia Pete Docter (Monstros, S.A., Up - Altas Aventuras), produzido por Jonas Rivera, (Up - Altas Aventuras) e com trilha sonora original de Michael Giacchino (Os Incríveis, Ratatouille e Up - Altas Aventuras), Divertida Mente (Inside Out) da Disney•Pixar estreou nos EUA em 19 de junho de 2015.

O Raiva é totalmente passional sobre garantir a justiça nas coisas que Riley

Divertida Mente, que também chegou aos cinemas do Brasil em junho, reunindo o maior número de artistas e comediantes na dublagem de um filme em português. A diversão do público fica por conta de Dani Calabresa dando voz para Nojinho, Otaviano Costa como Medo, Katiuscia Canoro interpretando a Tristeza, Miá Mello como Alegria e Léo Jaime emprestando sua voz para a Raiva.

Segundo a Disney, a animação possui atualmente 208 licenciados, sendo 43 da área de Toys. No setor de brinquedos os licenciados de Divertida Mente são: Grow, Intek,Long Jump, Sunny Brinquedos e Toyster.

A linha de pelúcias da Long Jump do filme Disney•Pixar

Brinquedos exclusivos da animação comercializado pela Sunny

Descrição de personagens

ALEGRIA

O objetivo da Alegria é garantir que Riley esteja sempre feliz. Ela é alegre, otimista e determinada a encontrar diversão em todas as situações. Alegria vê os desafios da vida de Riley como oportunidades, e encara os momentos menos felizes como um caminho para chegar a algo maior. Quando Riley está feliz, Alegria também está.

MEDO

A principal função do Medo é proteger Riley e mantê-la em segurança. Ele está sempre atento para identificar potenciais desastres, e passa o tempo todo avaliando os possíveis perigos, quedas e riscos envolvidos nas atividades diárias de Riley. Há poucas atividades e eventos que o Medo não considera perigosos e possivelmente fatais.

RAIVA

O Raiva é totalmente passional sobre garantir a justiça nas coisas que Riley faz. Ele tem um espírito feroz e tende a explodir (literalmente) quando as coisas não saem conforme planejadas. Ele é rápido para reagir e tem pouca paciência para as imperfeições da vida.

NOJINHO

A Nojinho tem personalidade forte, é extremamente sincera e evita que Riley seja envenenada – física e socialmente. Ela é atenta às pessoas, aos lugares e às coisas com que Riley entra em contato – seja brócolis ou a tendência de moda do ano passado. Nojinho sempre tem as melhores intenções e se recusa a abaixar seus padrões.

TRISTEZA

Nenhuma das outras Emoções entende de fato a função da Tristeza. A Tristeza adoraria ser mais otimista e útil para manter a felicidade Riley, mas ela acha muito difícil ser positiva. Algumas vezes, parece que o melhor a fazer é simplesmente se deitar no chão e chorar muito.

O quebra-cabeça metalizado da Toyster sobre o filme

CURIOSIDADES

SACA ESSA – As lembranças que existem nas prateleiras dentro e fora do centro de controle são fotos da cena "Married Life" de Up - Altas Aventuras.

NA ESTRADA – Quando Riley e seus pais estão a caminho de São Francisco, eles veem pássaros em um fio de telefone do curta-metragem For the Birds de 2000, do desenhista de produção Ralph Eggleston.

DECORAÇÃO GLOBAL – O globo na sala de aula de Riley foi usado em todos os filmes Toy Story.

MODA FAMILIAR – Um dos colegas de sala de Riley está usando um tecido com padronagem camuflada feito de personagens de Toy Story.

GRUDADO EM VOCÊ – Alguns dos carros no cenário da cidade de São Francisco têm adesivos de para-choque do filme Carros.

ESPECIALISTA EM TECNOLOGIA – O nome da empresa do pai, Brang, é uma palavra sem sentido, criada com o propósito de soar como uma empresa startup que se encaixaria bem no cenário tecnológico de São Francisco.

OLHA A PLACA – Uma placa em um parquímetro em São Francisco diz, "Moedas de $1 e $0,25 ou Permute Durante o Burning Man.

A LOCAÇÃO É TUDO – Como uma homenagem ao Walt Disney Family Museum, os cineastas ambientaram o rinque de hóquei de Riley no mesmo lugar que o museu está localizado em São Francisco.

PROGRAMAS VOLTADOS PARA O BEM-ESTAR DE MÃES E FILHOS SÃO PRIORIZADOS EM EMPRESAS

Em 2007, a secretária executiva Juçara Vendramim teve sua primeira filha. Naquele período, ela ficou quatro meses em casa cuidando do bebê. Já em 2012, ela se dedicou totalmente ao segundo filho por sete meses, pois uniu um mês de férias com a licença-maternidade estendida, programa que tinha sido recém-adotado pela empresa em que trabalha.

Brandilli/Divulgação

A secretária executiva Juçara Vendramim Brandili que participa do programa Mãe Amor, da Bandilli, que presta assistência a crianças de 0 a 36 meses

A licença-maternidade estendida é um dos benefícios voltados para as mais de 530 mulheres que trabalham na Brandili atualmente. Na volta ao trabalho, a colaboradora ainda conta com auxílio creche ou babá até os três anos, ambos repassados na folha de pagamento. A parceria com as creches também permite que uma semana antes do retorno ao trabalho, as mães comecem a fase de adaptação com as crianças no local de maneira escalonada.

As mulheres hoje representam 46% do número total de funcionários da Brandili. Destas, 315 são mães, com uma média de dois filhos cada; 14 são gestantes e 13 estão em licença-maternidade. Com o programa "Mãe Amor", criado em 2014, a empresa passa a oferecer um pacote completo de ações voltadas para melhor atender as colaboradoras desde a gestação até os três anos de idade da criança.

Atualmente, 62 filhos de colaboradores são atendidos. Outros benefícios do projeto são: curso de gestante, acompanhamento médico e avaliação ergonômica no ambiente de trabalho da grávida.

LILLO DO BRASIL MANTÉM INOVAÇÃO EM SUA LINHA COM NOVOS PRODUTOS

Sempre em busca de novidades que possam atender as necessidades dos consumidores, a Lillo está em constante processo de inovação e rejuvenescimento de portfólio.

Para o momento da alimentação, a empresa que sempre procurou oferecer produtos que facilitem a armazenagem, manuseio e principalmente a aprendizagem das crianças, agora apresenta três novidades:

Prato com Divisórias Design - Possui dois compartimentos que possibilitam levar alimentos diferentes. Sua tampa, além de ajudar na retenção da temperatura da comida, tem sistema de travamento eficaz evitando vazamentos e traz um porta colher que facilita o transporte.

Copo Princesa e Herói - O modelo traz estampas diferenciadas e lúdicas para impressionar os pequenos. Possui tampa antivazamento e bico com material super macio, que auxilia na transição da mamadeira para o copo.

Prato Disney - Decorado com alguns dos personagens da Walt Disney mais queridos pela garotada, o prato possui tampa que evita vazamentos e facilita o transporte. Pode ser levado ao congelador e micro-ondas.

Sempre em busca de novidades, a Lillo também desenvolveu produtos que facilitam a vida dos pais, como a Pulseira Plush com Chocalho, a Nécessaire Trocador, o Escorredor Portátil e os Mordedores Frutas.

Para acompanhar a evolução do bebê no momento da higiene Bucal, a Escova Dental Lillo possui formato atrativo, que ajuda os pequenos a aprender a importância da higienização. Com cerdas macias e cabeça pequena, é para limpar com delicadeza os dentes de leite. Sua base com ventosa comanda a brincadeira pois fixa facilmente em superfícies lisas.

Divulgação

A Lillo apresenta diversos produtos que facilitam o dia a dia dos pais modernos e bebês, sempre com a garantia de qualidade e segurança já tradicionais da marca

MULTIKIDS BABY ATENDE ÀS NECESSIDADES DE MÃES MODERNAS

Multilaser/Divulgação

A Multikids Baby tem três opções de luminárias, que proporcionam ambientes tranquilos e despertam a curiosidade e também a babá eletrônica Baby View que possui um monitor LCD de 2,4 polegadas

A Multikids Baby - criada para atender as necessidades de mães modernas que precisam dividir o tempo entre cuidados diários com os bebês e a vida profissional reuniu algumas sugestões para deixar o quarto do bebê ainda mais bonito.

Uma das dicas é a luz noturna Dog Kids. A luminária tem o formato de um cachorro e deixa o ambiente ainda mais acolhedor com iluminação em led, nas cores azul, rosa e verde. Já o Projetor de Luz Star deixa o quarto do bebê repleto de estrelas nas cores azul e roxa. A luminária conta com dez canções de ninar, que tranquiliza e acalma os pequenos. O Projetor de Luz Star disponibiliza também as funções de relógio, alarme, calendário e medidor de temperatura.

Com formato pequeno e design clean, a luz noturna do Color Fun é mais uma opção de presente. Nas cores roxa, azul e verde, ela permite também o uso de suas funções relógio, alarme, calendário e temperatura.

E para deixar os papais ainda mais calmos durante o sono dos filhos, a Multikids Baby conta com a babá eletrônica Baby View. O aparelho possui um monitor LCD de 2,4 polegadas que permite aos pais ver o bebê até mesmo durante a noite. Além disso, a babá eletrônica vem com um sensor de som e movimento com um alcance de sinal de até 150 metros. A Baby View também apresenta a função walkie talkie, possibilitando a comunicação da mãe com a babá.

BRASBABY TRAZ PARA O BRASIL A MARCA CLINGO

A Brasbaby, distribuidora referência em produtos de altíssima qualidade na busca do atendimento a todas as necessidades dos bebês de 0 a 3 anos de idade, lança no Brasil a Clingo.

Com grande reconhecimento no mercado Israelense, a marca desenvolve produtos exclusivos e inovadores, especialmente pensados para estimular a criatividade da criança, encorajando seu desenvolvimento, promover seu bem estar, além de facilitar a vida dos pais. Todo o mix atende as normas de segurança, funcionalidade e design.

Para iniciar as atividades da empresa no Brasil, a Brasbaby lança a Almofada para Carrinho ComfiCush, confeccionada em espuma viscoelástica, que se adapta ao contorno e à temperatura do corpo, facilitando a circulação sanguínea e prevenindo as dores musculares. Além disso, evita o stress músculo-esquelético, garantindo maior apoio, conforto e segurança nesta fase em que a coluna do bebê está em desenvolvimento. Compatível com quase todos os modelos de carrinhos, o produto possui sete opções de estampas, é versátil e de fácil limpeza, podendo ser lavado em máquina. Em breve chegará mais novidades da marca.

Divulgação

Voltada para o bem estar dos consumidores, a empresa inicia a atuação no mercado brasileiro

NOVIDADES NEOPAN PARA SUPRIR A NECESSIDADE DOS PEQUENOS

Tradicional empresa de produtos infantis, a Neopan, traz diversos lançamentos para este ano. Dentre as novidades que a empresa preparou estão o Prato Neopan, a Colher com Ponta de Silicone e o Conjunto Manicure.

Divulgação

O cuidado com a qualidade dos produtos para bebês é uma das marcas conhecidas da Neopan

Um das apostas da Neopan para 2015 é a linha licenciada da Galinha Pintadinha, que conta com travesseiro anti-sufocante, conjunto de pente e escova, prato térmico com talheres, entre outros itens pensados especialmente para suprir a necessidade dos pequenos.

O Conjunto Manicure foi desenvolvido especialmente para o cuidado com as unhas do bebê, evitando acúmulo de sujeiras e machucados causados pelas compridas.

A Colher com Ponta de Silicone é ideal para a introdução dos prime iro alimentos semi-solidos do bebê, e para sua gengiva sensível, já que a extremidade em silicone é macia e flexível. O cabo longo e anatômico proporciona melhor manuseio do produto. O Prato Neopan foi desenvolvido para ajudar a criança nas primeiras refeições. É fabricado com material resistente e atóxico. Pode ser usado em micro-onda e lava-louça. Não contém bisfenol A. O travesseiro Neopna é anatômico, antialérgico e lavável.

LOLLY BABY COMEMORA 25 LANÇANDO NOVAS COLEÇÕES

Produtos de times São Paulo e Palmeiras e da coleção ZOO são as grandes novidades preparadas pela empresa. Os novos produtos passam a integra a Coleção Clubes junto com Corinthians e Flamengo – e os produtos e desenhos da coleção ZOO que chegam com muita cor e bichinhos para encantar as crianças.

Também são destaques o aspirador nasal T2, o bico de mamadeira Triflux e o bico de mamadeira para suco, recentes lançamentos da Loly.

Divulgação

A Lolly Baby possui uma linha diversificada para bebês, que vão desde mamadeiras, saboneteiras a aspirador nasal, entre outros

PRINCIPAIS PRODUTOS EVENFLO IMPORTADOS PELA GIROTONDO

Divulgação

Entre os destaques da marca Evenflo, estão os jumpers alegres, que estimulam habilidades motoras dos bebês e os cangurus que ajustam automaticamente, e servem para crianças de 3,2 a 11,8 kilos

Por mais de 85 anos, a Evenflo tem sido líder mundial no desenvolvimento de equipamentos do segmento infantil e é agora também um dos principais fabricantes do país pela alta qualidade em relação aos cuidados com os bebês e produtos juvenis.

Canguru Koi possui alças traseiras que se ajustam automaticamente, tecnologia patenteada pela Evenflo. São alças amplas que geram maior conforto (50% mais largas). Eles são aproximadamente 15% mais largos para melhor conforto. Podem ser usados com o bebê virado para frente ou de costas. Os fechos mantém o bebê bem protegido e são confortáveis, mantendo o corpo do bebê e onde fica as pernas do bebê são de material macio com costuras internas. Possui um bolso e um babador que pode ser removido. O bebê só pode ser colocado na frente da mãe, nunca nas costas.

Jumper Para Porta Pato oferece entretenimento e exercício para o bebê. Possui uma almofada no assento que é lavável, alças ajustáveis, adapta-se às portas padrões que possuem batente de madeira com 1,3 cm de espessura. Seu tecido é duplamente acolchoado para melhor conforto.

COMO LIDAR COM OS ATAQUES DE "BIRRA" DE SEU FILHO?

Ataques de "birra" são frequentes e normais durante as primeiras fases de vida de seu filho. Aprenda a lidar com isso de uma maneira produtiva

Primetime/Divulgação

Bons materiais e brinquedos seguros que apresentem cores, texturas, cheiros, formas, sabores e sons variados, sobretudo, com grandes possibilidades de exploração

Ataques de birra fazem parte do processo normal de desenvolvimento, pois é difícil para uma criança pequena controlar fortes emoções. Quando elas se sentem frustradas, com raiva ou desapontadas, em geral se manifestam chorando, gritando ou batendo os pés com força no chão. Como pai, você pode se sentir desamparado.

As birras são parte do desenvolvimento do seu filho à medida que ele aprende a controlar sentimentos. A maioria das crianças de 1 a 3 anos passa por este processo, às vezes conhecido como os "terrible twos" (terríveis 2 anos de idade), e, geralmente, ele acaba por volta dos 4 anos.

O que ocorre é que seu filho pequeno está ocupado aprendendo muitas coisas sobre o mundo. Está ansioso para assumir o controle, quer ser independente e pode tentar fazer mais do que suas habilidades permitem. Ele também quer fazer suas próprias escolhas e às vezes pode não lidar bem com a contrariedade. Isto se intensifica ainda mais quando ele se sente cansado, com fome, frustrado ou com medo. O autocontrole pode ser uma das lições mais difíceis que ele irá aprender ao longo de sua vida.

Mas você não deve se surpreender se seu filho tiver ataques de birra só na sua frente. Esta também pode ser uma forma encontrada por ele de testar as regras e limites ou receber a sua atenção. Nesse caso você pode ajudá-lo a encontrar formas mais eficientes de fazer isso, como se comunicar melhor, por exemplo.

"Não é produtivo tentar reprimir a criança por estar descontrolada. Ela está aprendendo a controlar suas emoções e o melhor que você pode fazer para ajudá-la é manter-se calma, explicar sucintamente a ela o porquê dela estar tão nervosa e ajudá-la a se acalmar. Não a ignore, nem a deixe sozinha, se estiver em público leve a criança a um lugar reservado e espere ela se acalmar. Lembre-se que também é normal as crianças testarem as regras e limites estabelecidos pelos pais. Seja firme e não ceda diante do ataque de birra da criança. Com o passar do tempo ela vai aprendendo (com a sua ajuda) a lidar melhor com a frustração e as fortes emoções que isso acarreta" explica Christine Bruder, psicóloga e psicanalista do berçário Primetime Child Development.

Também não é indicado recompensar com presentes ou doces o seu filho por se acalmar. Isso pode dar a impressão a ele de que os ataques de birras são uma ferramenta de barganha. Você pode às vezes

Bebês e crianças de 3 meses a 3 anos possuem necessidades específicas em termos de segurança e saúde

se sentir culpado por dizer não. Mas seja consistente e evite mandar sinais contraditórios. Quando os pais não exigem claramente o cumprimento de certas regras, é mais difícil para as crianças entenderem quais são e que são importantes. Pense cuidadosamente sobre cada regra que criar, e não crie regras demais.

"Aprender a administrar as próprias emoções faz parte do desenvolvimento sadio de toda criança. Os pais são importantes aliados nesse desenvolvimento ao procurar entender e validar os sentimentos das crianças antes de oferecer a eles formas mais adequadas de expressão. Os pais são modelos também, lembre-se que a reação dos pais frente ao ataque de birra da criança também ensina à criança como lidar com os próprios sentimentos", completa Christine.

Um berçário também deve oferecer um ambiente e experiências de vida estimulantes, física e intelectualmente

Cotiplás
Sempre um sorrisinho feliz!
Realidade aumentada para **aumentar** a diversão
Em apenas **três** passos:
1 Baixe o **APP**
2 Mire a **câmera**
Personalize o **visual**
Charmosa Interação Digital
Disponível para Android e iOS

A CONTA AMARGA DE UMA ECONOMIA SEM RUMO

Por: Sérgio Approbato Machado Júnior(*)

O voo cego no qual o governo embarcou a economia brasileira nos primeiros quatro anos de mandato da presidente Dilma Rousseff está custando caro. O desemprego ultrapassando os 8%, a inflação chega a 9% e a projeção é de 1,5% a 2% de retração do PIB este ano. A economia no ciclo dilmista tem sido um fracasso.

Primeiro, fizeram bondades com o bolso alheio, distribuindo benefícios sem prestar atenção no caixa - como o programa mal planejado das desonerações e os reajustes bem acima da inflação para programas populares como o Bolsa Família.

Por muito tempo incentivou-se o consumo da classe média emergente na esteira de uma estratégia de cooptação popular. Depois, a gestão petista foi obrigada a buscar ajuda de um executivo do mercado financeiro para equilibrar as contas públicas e tentar um superávit primário sem a necessidade das pedaladas fiscais. O novo ministro lançou seu programa de ajuste, promovendo a necessária inflexão na economia.

Mas a receita tende a ser um ônus para o corpo social, porque se repete de governo em governo diante de dificuldades, e sempre sem os resultados prometidos: o repasse da conta para os contribuintes e os contingentes de trabalhadores que o próprio governo alega proteger.

Dessa vez, lança-se mão da redução do benefício do seguro-desemprego, da alta do IOF, do Imposto de Renda sem correção, do aumento dos preços de combustíveis e eletricidade, de normas mais rígidas para programas federais e de financiamento estudantil, da redução de investimentos alocados no PAC, do reajuste e de novas regras para o IPI e PIS/Cofins, entre outras medidas.

Longa é a lista do novo pacote de maldades que joga no cesto do descrédito a popularidade da presidente e de seu governo, cuja avaliação é uma das piores da história.

Elevar tributos é um remédio amargo, nem sempre eficaz. Enfim, esse ajuste fiscal impõe pesadas perdas ao setor produtivo, põe por terra o trabalho de adaptação de empresas e entidades ao sistema de desoneração da folha de pagamento e distorce a realidade.

O governo continua comprometido com a obtenção de um superávit primário – dinheiro para pagamento de juros da dívida pública – de R$ 66,3 bilhões, soma estimada em 1,1% do Produto Interno Bruto (PIB). Mesmo sem os números de junho, sabe-se que o fechamento das contas do primeiro semestre enterrará qualquer esperança de se chegar àquela meta.

Os analistas das agências de classificação de risco conhecem o efeito da recessão, do desemprego em alta e da retração do consumo sobre a arrecadação de impostos e contribuições. Além disso, os orçamentos brasileiros são muito rígidos e é complicado cortar despesas correntes.

Por isso, a ameaça de rebaixamento do Brasil pelas agências internacionais. Outra prova do erro é a de remeter a conta para os contribuintes, como se fosse o único recurso.

O governo mantém a inflação de ministérios (39) para acomodar sua base política – e nem isso tem funcionado, pelo que mostram os resultados das votações no Congresso.

O fato é que a indústria atravessa uma grave crise. O comércio e o serviço estão parando, o desemprego ameaça as famílias. Um milhão de desempregados só na construção civil. Além disso, as decisões erradas dos últimos doze anos esvaziaram o Tesouro Nacional.

Não se busca, com as entidades organizadas, uma reforma tributária justa ou qualquer modelo para fazer o País avançar. A saída, como se sabe, é pela via do crescimento, não pela retração. O governo faz imposições duras, fazendo recair seus erros sobre os ombros dos contribuintes. Enquanto espera pelo milagre do ajuste fiscal, aos brasileiros, resta olhar para o futuro, torcer para que a tormenta passe e que o bom senso prevaleça sobre remédios ultrapassados.

Paulo Pampolin/Hype/Divulgação

(*) Sérgio Approbato Machado Júnior é presidente do SESCON-SP (Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado de São Paulo).

MEU FANTOCHE ENCANTADO

Cotiplás

1 Baixe e instale o app

2 Mire a câmera no colar

3 Escolha 1 figura e jogue!

App com 4 joguinhos e diferentes personagens!

Disponível para Android e iOS