Ano XVII • Nº 94
R$ 16,50

revista brincar

THÉO MEDON

ATOR MIRIM DE AS AVENTURAS DE POLIANA, DO SBT, TEM NO VÍDEO GAME SEU BRINQUEDO PREFERIDO

FEIRA ABRIN

CHEIA DE ATRAÇÕES, ABRIN 2020 MOVIMENTOU O MERCADO DE BRINQUEDOS NO INÍCIO DO ANO

PUERICULTURA

CONHEÇA AS NOVIDADES DA ABRIN PARA O MERCADO DE CRIANÇAS ATÉ 3 ANOS

EXCLUSIVO: SEMAAN DISTRIBUIDORA PROMOVE JANTAR DE APRESENTAÇÃO DA COLEÇÃO CBX-BRASIL E LINHA TURMINHA GUARÁ

Tudo Fica mais divertido Com brinquedos Braskit!

BRASKIT

Trilha dos Dinossauros
Pista de bloquinhos que se encaixam e formam trilhas articuláveis. Acompanha dois dinossauros, carro movido a pilha e acessórios.

Cozinha Lucy LiquidiFicador
Movido a pilha, ao acionar o botão a hélice gira de verdade. Acompanha acessórios.

Cozinha Lucy Batedeira
Movida a pilha, ao acionar o botão acende luz e o batedor gira de verdade. Acompanha acessórios.

Dino Veloz
Disparador de carrinhos em forma de dinossauro. Disponível nas cores verde e marrom.

Kit Delícia Rosquinha
Mini peças em forma de alimentos, pode personalizar trocando as coberturas.

Kit Delícia Cupcake
Mini peças em forma de alimentos, pode personalizar trocando as coberturas.

www.braskitbrinquedos.com.br

pag. 10

VEJA OS DESTAQUES DA 37ª ABRIN – FEIRA INTERNACIONAL DE BRINQUEDOS, REALIZADA EM MARÇO, EM SÃO PAULO

PERFIL pag. 08

Théo Medon, ator mirim

ECONOMIA pag. 25

Quem vai pagar a conta? Especialistas em economia falam sobre coronavírus, dólar e crise internacional

VAREJO pag. 26

Com lojas fechadas, Ri Happy usa WhatsApp para seguir vendendo brinquedos

EVENTO pag. 28

Semaan Distribuidora promove jantar de apresentação da Coleção CBX-Brasil e Linha Turminha Guará

Crédito de Foto da Capa: Agência Cintra/Divulgação (Perfil: Théo Medon); Laureni Fochetto (Evento: Semaan lança linha exclusiva CBX-Brasil)

revista brincar

Curta nossa fanpage
facebook.com/revista.brincar

www.revistabrincar.com.br

SUMÁRIO

brincar
revista

GIRO DE MERCADO 05
Os fatos do mês no mercado de brinquedos

MERCADO 24
Coronavírus: jogos de tabuleiro são opção saudável para entreter crianças em casa; Mattel lança linha de produtos da animação Dois Irmãos: Uma Jornada Fantástica; Superproduções Marvel e Disney impulsionam o fabuloso mercado de produtos geek

EMPRESA 27
Novo Grupo Empresarial Calesita espera ganhar em agilidade produtiva e atuação comercial focada

PUERICULTURA 31
PUERI EXPO é adiada para o próximo mês de Agosto devido a Covid-19; Dicas para o bebê ficar em casa relaxado e em segurança; Chicco propõe diversão em família em tempos de isolamento;Chicco lança assento elevatório Chairy; Massagem calmante para crianças e bebês

LEGISLAÇÃO 34
As mudanças em publicidade infantil no YouTube

Baixe o leitor de QR Code em seu celular, fotografe o código e consulte na WEB a Revista Brincar

Eduardo Santos

Terminada a 37ª Feira Internacional de Brinquedos – Abrin 2020, o que era de se esperar, o início da temporada para o mercado de brinquedos, transformou-se, repentinamente, em cenário de incertezas devido à pandemia de coronavíruis - Covid-19.

O mercado passou por mudanças radicais nunca vistas, como o fechamento de lojas, estas motivadas pela quarentena imposta pelos governos estaduais e municipais, além de renegociação de contratos de trabalho, aluguéis de lojas, etc.

Os canais de compra, antes majoritariamente no meio físico, migraram para o digital, que por sua vez, não foi capaz de dar os resultados esperados e um dos motivos para isso é que o consumidor ficou receoso de ir às compras, diante das incertezas sanitárias e econômicas do momento.

E o resultado não poderia ser menos catastrófico, com um número de desempregados subindo vertiginosamente, que nem mesmo o Auxílio Emergencial dado pelo governo de R$ 600/mês, por um período de 3 meses, foi capaz de injetar ânimo na economia, que agora caminha para um resultado do PIB negativo em 2020. Ainda é cedo para fazer projeções sobre esse número, mas certamente ele não será abaixo de -5%. Isso sem falar na alta do dólar e os seguidos tombos, e até "*circuit breaker*" na Bolsa de Valores.

Resta agora torcer para que tenhamos boas notícias no campo da ciência para descoberta da vacina, logo, que tragam "boas doses" de otimismo, não só para o mercado brasileiro, mas para o mundo de um modo geral.

Voltando a falar da Abrin, tivemos uma exposição das mais bonitas dos últimos anos, confirmando o bom momento da indústria brasileira naquele momento, com os expositores animados com o que poderia vir, confira nesta edição dos resultados da principal feira de brinquedos da América Latina.

Nosso destaque em Perfil é o artista mirim Théo Medon, de 10 anos, que já participou das novelas Aventuras de Poliana (personagem Mario Antunes), do SBT, A Lei do Amor, da Rede Globo, Conselho Tutelar, da Record e Os Homens São de Marte, do GNT, além de sua atuação no cinema com o personagem Fabinho, em Os Farofeiros. O jovem artista também é sucesso nas redes sociais, onde mantém canal no YouTube, facebook e Instagram, onde tem mais de 1,5 milhão de seguidores.

Trazemos também a cobertura (exclusiva) do Jantar de Apresentação da Linha Exclusiva CBX-Brasil e Turminha Guará, ocorrida também no mês de março em São Paulo, onde a Semaan Distribuidora reuniu seus aos seus clientes, parceiros, representantes, fornecedores e imprensa e aproveitou para mostrar os lançamentos que passam a constar do seu vasto catálogo de produtos, nacionais e importados e a importância e sucesso da conceituada marca CBX, que é uma indústria alemã que fabrica produtos infantis, entre carrinhos, cadeiras de carro e de alimentação, e também os personagens da Turminha Guará, representados pelos animais que estão em extinção na nossa fauna.

Ainda mostramos, em Legislação, a opinião de especialistas sobre a nova política de proteção infantil do YouTube, que tem pode resultar em menor arrecadação dos criadores de conteúdo na plataforma.

É só conferir.

Boa leitura a todos

Os Editores

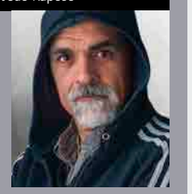
Eduarda S. Araújo

Kátia Sallun

Cefas Nobre

Douglas Rejowski

João Raposo



QUATRO ESTAÇÕES

José Eduardo dos Santos
Mtb 28.714

Brincar Nº 94
Abril/Maio - 2020

DIRETOR DE REDAÇÃO:
Eduardo Santos

REPRESENTANTE COMERCIAL:
Emmerson Pinho - Tel. (11) 95859-0209
Kátia Sallun - Tel.: (11) 98473-6645

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:
João Raposo, Mário Llaguno (fotografias), Carlos Marien (colunista); Cefas Nobre, Douglas Rejowski (artes e diagramação); Eduarda S. Araújo (gerente administrativa), Marcelo Passarini (assistente)

CONSELHO EDITORIAL:
ADOLPHO SILVÉRIO FIGUEIREDO JR
AIRES JOSÉ LEAL FERNANDES
AUDIR QUEIXA GIOVANI
CARLOS MARIEN
CHARLES KAPAZ
DANIEL TREVISAN
EDUARDO SADDEMI
GABRIELA GOMES DE OLIVEIRA
GRAZIELA MASON SILVEIRA
IRENE DÁRIO
JOÃO GILBERTO GHIRALDI
JOSÉ CLÁUDIO THADEO
LUÍS ILLANES
LUIZ MARCONI JR.
MARCELO BRANDÃO
MARCOS ERNICA
MARCOS LIPARI
MAURO ANTÔNIO RÉ
PAULO BENZATI
PAULO ROBERTO BAZZO
RUBEN PAULO KIPPER
SÉRGIO FIGUEIREDO
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.

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

EDITORA QUATRO ESTAÇÕES EIRELI
Redação, Publicidade e Administração
Av. Itaberaba, 982 - Sala 6 - Freguesia do Ó
CEP 02734-000 - São Paulo - SP - Brasil
Tel./Fax: 55 (11) 3931-7700

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

FALE CONOSCO
faleconosco@editora4estacoes.com.br
(11) 98473-6645

Cartoon Network incentiva as crianças a lavarem as mãos em novo anúncio de serviço público

Cartoon Network/Divulgação

O vídeo conta com a participação dos mais amados e icônicos personagens de séries do canal

O Cartoon Network divulgou em todo a América Latina um anúncio de serviço público focado na importância de boas práticas de higiene, em apoio aos esforços mundiais para impedir a disseminação do novo coronavírus (COVID-19). Desenvolvido de maneira lúdica e informativa, o vídeo ensina às crianças maneiras fáceis e divertidas de como manter a si e a outras pessoas saudáveis, enfatizando a importância de usar sabão e lavar as mãos em cinco etapas detalhadas: molhar, ensaboar, esfregar, enxaguar e secar.

O vídeo conta com a participação dos mais amados e icônicos personagens de séries do canal como Ursos sem Curso, Steven Universo, Os Jovens Titãs em Ação, O Mundo de Greg e As Meninas Superpoderosas, e já está disponível em várias plataformas, incluindo TV, aplicativos, redes sociais e YouTube do Cartoon Network.

Styll Baby lança movimento #madeinBrasil

Styll Baby/Divulgação

Mobilização incentiva lojistas e consumidores a comprar produtos fabricados por empresas que geram empregos no Brasil

Na Styll Baby, a preocupação sempre foi uma só: quem vive e mora no Brasil! Por isso, a Styll Baby vem, por meio deste comunicado, oficializar o Movimento Made In Brasil (#movimentomadeinbrasil), que incentiva lojistas e consumidores a comprar produtos fabricados por empresas que geram empregos aqui no Brasil.

"Estamos em um momento bastante complicado, mas uma hora vamos sair desse isolamento social, as pessoas vão voltar às ruas e aos seus trabalhos, e o comércio vai reabrir. Queremos aproveitar esse momento para estimular o patriotismo do brasileiro, para que as empresas brasileiras consigam se recuperar assim que possível", explica Alexandre Santos, diretor comercial da Styll Baby e idealizador do movimento.

Já somos muitas empresas engajadas neste movimento, e queremos mais empresas e lojistas participando. Por isso, fica aqui um convite: junte-se a nós!

E você consumidor, como participar? É fácil, na hora de comprar produtos, escolha consciente: opte por itens que são fabricados no Brasil, que geram emprego e renda para milhões de trabalhadores.

Nesse momento, o Brasil precisa de todos nós!

Prefeitura de São Paulo proíbe comércio presencial até 5 de abril

Anna Carolina Negri/Valor

Ficam de fora da medida estabelecimentos como farmácias, hipermercados, supermercados, mercados, padarias, lanchonetes, feiras livres e postos de combustível

O prefeito de São Paulo, Bruno Covas, decretou no dia 18 de março que estava proibido o comércio na cidade, com atendimento presencial, até 5 de abril. Segundo a medida, ficavam autorizadas apenas a manutenção dos serviços administrativos e também vendas por meio de aplicativos, internet ou similares.

Não são alcançados pela medida estabelecimentos como farmácias, hipermercados, supermercados, mercados e feiras livres; além de lojas de conveniência, venda de alimentação para animais, padarias, restaurantes, lanchonetes e postos de combustível.

A medida impõe, porém, que esses estabelecimentos intensifiquem ações de limpeza, ofereçam álcool em gel aos clientes e divulguem amplamente informações sobre prevenção da Covid-19. Restaurantes e lanchonetes estão obrigados a manter espaçamento mínimo de um metro entre mesas.

Cabe às Subprefeituras, de acordo com o decreto, suspender os Termos de Permissão de Uso de profissionais autônomos localizados em áreas de grande concentração de ambulantes. E à Guarda Civil Metropolitana, intensificar a retirada de todo comércio ambulante ilegal, diz a nota da prefeitura de São Paulo.

Diante do avanço dos casos, o governador de São Paulo, João Doria, também recomendou que shoppings centers e academias da capital do Estado e da região metropolitana reduzissem seus horários de funcionamento gradualmente, com suspensão integral das atividades a partir da de segunda-feira (23 de março), até 30 de abril.

A Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop) informou os centros comerciais devem seguir a medida a partir do dia 23 de março. Cada empreendimento definirá como fazer.

Fonte: Valor Econômico

Lojistas de shopping terão aluguel isento durante fechamento, diz ALSHOP

A ALSHOP (Associação Brasileira de Lojistas de Shopping) obteve no inicio desta semana um resultado importante fruto das negociações com proprietários de shoppings e centros de compra. São três pontos importantes que podem ajudar os lojistas, especialmente os pequenos empresários, neste momento onde a maioria das lojas estão fechadas como medida de enfrentamento à pandemia do coronavírus (COVID-19).

O aluguel do shopping relativo ao mês de março será cobrado de forma proporcional. Essa cobrança no entanto não será feita agora e sim posteriormente e de maneira negociada;

Não haverá cobrança de aluguel durante o tempo em que os shoppings estiverem fechados. A cobrança do condomínio será flexibilizada e reduzidas uma vez que o custo de manutenção, limpeza, energia e conservação ainda se mantém;

O fundo de promoção deverá ser negociado com cada empreendimento. Em conversa preliminar com os empresários há possibilidade de se reduzir cerca de 90% desse fundo temporariamente. No entanto a negociação será feita entre os lojistas e os locadores.

"Estas medidas se unem a outras que já obtivemos em acordo com o poder público como as linhas de crédito reduzidas, redução de impostos entre outras destacando que desde o início desta crise nos colocamos em contato com os associados buscando entendimento mútuo neste enfrentamento", explica Nabil Sahyoun, presidente da ALSHOP.

Alshop/Divulgação

"Estas medidas se unem a outras que já obtivemos em acordo com o poder público", diz a ALSHOP

A entidade criou, nos últimos dias, um canal de atendimento por email (contato@alshop.com.br) que é um canal para esclarecer dúvidas com o suporte de profissionais de diversas áreas. "Cada contrato é individual entre o lojista e o empreendedor do shopping, mas neste cenário estamos todos sensíveis e dialogamos de forma a compreender as dificuldades e buscar solução para todos os envolvidos neste ecossistema onde todos se prejudicam mas podem se ajudar", completa Sahyoun.

Coronavírus reduz expectativas do comércio de SP em mais de 20%

A confiança dos empresários do comércio de São Paulo despencou 21,6% em março. O dado é do Índice IFECAP, que mede mensalmente o humor dos donos de estabelecimentos. A pesquisa, realizada por telefone, que ouviu donos de estabelecimento de todas as regiões do Estado, registrou queda em todos os indicadores e chegou a 101,9 pontos. Na comparação com março de 2019, o IFECAP registrou queda de 21,7%. Na comparação com o mês de fevereiro de 2020, a redução é de 21,6%.

O Índice Futuro, que registra as expectativas para os próximos três meses, foi o indicador que apresentou a queda mais acentuada, de 36,2%, desfazendo qualquer otimismo anterior. O índice, no mês de março, ficou em 100,26 pontos, menor marca desde junho de 2016. Na comparação com o ano anterior a redução foi de 35,3%.

As expectativas em relação às vendas futuras, medidas pelo Índice Futuro - Vendas, sofreu contração de 37,4%; o índice chegou a 99,68 pontos, na fronteira em direção ao pessimismo técnico.

O Índice Momento Atual dos Negócios registrou redução de 7,6% em relação a fevereiro, repercutindo parte do recuo das vendas nos últimos dias da pesquisa. Na comparação com o mesmo período de 2019, a percepção dos empresários do comércio, medido pelo Índice Momento Atual dos Negócios, diminuiu em 9,1%.

Os indicadores Momento Atual - Situação dos Negócios, Momento Atual - Encomendas e Momento Atual - Vendas apontaram uma queda de 9,4%, 4,7% e 8,5%, respectivamente.

Varejo deve encerrar abril com retração de 5,62%

De acordo com a pesquisa "Projeção de Vendas" do IBEVAR - Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo, o varejo ampliado, que inclui material de construção e automóveis, deve registrar uma retração de 5,62 % em abril, comparado ao mês anterior. Já em relação ao mesmo período de 2019, a previsão é uma queda de 16,94% nas vendas.

Para o economista e presidente do IBEVAR, Claudio Felisoni de Angelo, os dados são explicados principalmente pelo avanço do novo coronavírus (Covid-19) no Brasil. "A pandemia desestabilizou o país e a confiança do consumidor, que se vê em um momento de incerteza. Ao mesmo tempo, varejistas de itens não-essenciais são impactados pela política de isolamento social para que haja controle do contágio pelo vírus. É um cenário inevitável para o fechamento de Abril e para o próximo mês", afirma.

O estudo indica uma retração nas categorias de "combustíveis e lubrificantes" (40,82 p.p); "materiais de construção" (-30,16 p.p); "veículos, motos, partes e peças" (-16,04 p.p); "móveis e eletrodomésticos" (-9,39 p.p) e "tecidos, vestuários e calçados" (9,14 p.p).

Já os segmentos que devem fechar com desempenho mais significativo, ainda que tímido, são: "outros artigos de uso pessoal e doméstico" (9,20 p.p); "artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos" (8,28 p.p); "hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo" (2,21 p.p).

Divulgação

Segundo pesquisa do IBEVAR, categoria de combustíveis e lubrificantes sofrerá maior queda

Como coronavírus pode beneficiar indústria brasileira?

Com os crescentes casos de coronavírus, a economia global sofreu impactos consideráveis, o dólar atingiu sua máxima histórica, sendo cotado a quase R$ 4,80 e o Ibovespa chegou a operar abaixo dos 90 mil pontos. No Brasil, há dois casos confirmados e segundo informações divulgadas pelo Ministério da Saúde, com mais de 200 casos suspeitos. Como parte dos impactos a expectativa do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro para 2020 também caiu, alguns analistas chegaram a estimar um PIB máximo de 2,1%, uma queda de 0,3% em relação a expectativa inicial do Ministério da Economia. Para os setores de indústria e tecnologia, os impactos podem ser positivos.

Guto Ferreira, Analista Político-Econômico da Solomon's Brain, aponta que o Brasil tem uma janela a ser aproveitada pela indústria nacional, já que as importações podem ser prejudicadas.

Eduardo Santos/arquivo Brincar

"Toda crise traz oportunidades. Esta é uma ótima oportunidade para a indústria nacional desenvolver produtos e pesquisas" afirma Guto Ferreira, Analista Político-Econômico da Solomon's Brain

"Em relação a indústria, obviamente tudo que é importado hoje, pode sofrer uma diminuição, podendo gerar até desabastecimento em algumas áreas, como o setor de peças, o que seria mais uma vez uma ótima oportunidade para recuperarmos a economia local". Ainda sobre os problemas de importação, o Analista pontua que a produção de produtos nacionais pode ser beneficiada. "Sem dúvida o Coronavírus pode ter um impacto positivo do ponto de vista da produção nacional, se encarado dessa forma e desde que o vírus não se espalhe pelo país". Para Ferreira, na área de tecnologia, o problema é a falta de visão do governo federal, visto que o país tem grande potencial. "Na questão de tecnologia sem dúvida é uma oportunidade de avanço nesta área de pesquisa e medicamentos, testes. Mas infelizmente é uma área que há décadas, não tem o investimento apropriado".

Ferreira, complementa que apesar de ser uma boa chance, não é isso que tem acontecido, e pontua que mesmo com a excelência do setor no Brasil, as grandes pesquisas são feitas fora do país. "O que nós vemos não é isso. As grandes pesquisas estão sendo realizadas lá fora ainda que tenhamos uma ótima capacidade de profissionais da área médica", conclui.

QUERO SER ASSINANTE DA BRINCAR!

revista brincar

PREENCHA COM SEUS DADOS ATRAVÉS DO SITE: www.editora4estacoes.com.br OU ATRAVÉS DO E-MAIL: assinaturas@editora4estacoes.com.br

☐ Sim, desejo receber em meu escritório/casa 12 exemplares da Revista Brincar

Favorecido: EDITORA QUATRO ESTAÇÕES EIRELI - EPP
CNPJ 69.315.240/0001-81

Formas de Pagamento da Assinatura da Revista por 12 edições

DEPÓSITO (somente à vista)
- C/C do BANCO DO BRASIL Ag. 0687-4 C/C 19142-6

BOLETO BANCÁRIO
[ ] R$ 169,00, À VISTA
[ ] 2 parcelas de R$ 99,00, pagamentos subsequentes a cada 30 dias após o 1º pagamento
[ ] 3 parcelas de R$ 69,00, pagamentos subsequentes a cada 30 dias após o 1º pagamento

Prezado cliente, após o pagamento, favor enviar o comprovante de depósito ou transferência bancária p/ (11) 98473-6645 Whatsapp
Por Fax p/: (11) 3931-7700 OU escaneado por e-mail: administracao@editora4estacoes.com.br

Nome ou Empresa_____

CNPJ/CPF_____

Endereço_____

_____

Cep |__|__|__|__|__|-|__|__|__|Cidade_____Estado_____

DDD_____Telefone_____

e-mail:_____

Data_____/_____/_____ Assinatura_____

Théo Medon, ator mirim quer ser protagonista de produção hollywoodiana

Texto: Eduardo Santos

COM POUCA IDADE AINDA, ELE JÁ SOMA UM CURRÍCULO ENORME, DIVERSAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, SÉRIES DE TV, FILME COM SUCESSO DE BILHETERIA, CLIPES MUSICAIS COM MÚSICAS AUTORAIS E NOVELAS FAZEM PARTE DO CURRÍCULO DESTE CARIOCA QUE ADORA CANTAR E INTERPRETAR.

Theo Medon, de 10 anos já participou das novelas Aventuras de Poliana (personagem Mario Antunes), do SBT, A Lei do Amor, da Rede Globo, Conselho Tutelar, da Record e Os Homens São de Marte, série do GNT, além de sua atuação no cinema com o personagem Fabinho, em Os Farofeiros.

O jovem artista também é sucesso nas redes sociais, onde mantém canal no Youtube, facebook e Instagram, onde tem mais de 1,5 milhão de seguidores.

Isso tudo em 4 anos de carreira, que começou por "curiosidade" de sua mãe, que depois de receber alguns cartões de visita de agenciadores de artistas, resolveu levar tom para um teste de comercial de Natal. Depois disso o menino não parou mais. Emendou uma produção em outra e já contracenou com com artista consagrados da teledramaturgia brasileira, como Tarcísio Meira, Vera Holtz, Gabriela Duarte, e Chay Suede.

"Minha mãe resolveu me levar por curiosidade. Mas depois que gravei a primeira vez, eu me apaixonei. Fiz uns comerciais e logo gravei minha primeira novela, "A lei do Amor", novela das 21h na Globo, quando acabou logo fui gravar a terceira temporada de "Os Homens são de Marte", depois a série "Conselho Tutelar" na Record, emendei nas gravações do filme "Os Farofeiros", que eu contava a história das férias horrorosas do meu personagem, Fabinho. Gravando o filme já tinha sido avisado que estava dentro da novela "As Aventuras de Poliana", e estou no SBT até hoje, me preparando para a próxima novela. No final desse ano faço 4 anos de carreira."

Fotos: Agência Cintra/Divulgação

O garoto tem nada menos 1,4 milhão de seguidores no Instagram

Para Théo Medon, contracenar com os outros artistas mais velhos foi "incrível". Ele explica: "Minha primeira novela foi com Tarcisio Meira, Vera Holtz, Gabriela Duarte, Cacau Protásio e tantos outros de tirar o fôlego, e o melhor, eu tive cenas com cada um deles."

Aos 10 anos de idade ele já sonha alto na carreira de modelo e ator

Ele lembra que era muito pequeno e nem sabia que eram eles, ou trabalhos tinham feito.

"Fiquei encantado e sempre digo que quero um currículo igual do Tarcisio Meira, que na hora do almoço, por algumas vezes ele sentava na minha mesa e ficava me passando contas de matemática."

Théo diz que fica "feliz quando é reconhecido nas ruas, "eu mesmo demorei a entender isso.", revela o artista mirim, "eu pensava: 'Sou só eu?' Depois fui entendendo como a novela "As Aventuras de Poliana" mudou

Em seu primeiro longa no cinema, Os Farofeiros, foi sucesso de bilheteria em 2018.

minha vida. Adoro que as pessoas venham falar comigo."

Como a maioria dos artistas mirins, o garoto procura conciliar os estudos com o trabalho na TV, dizendo, "meus horários de gravação são sempre depois da escola. Acho que o segredo é prestar bastante atenção nas aulas e tirar as dúvidas na hora."

Atualmente o artista mirim está se dedicando a aulas interpretação, dança e canto, inclusive já lançou músicas autorais

Sua relação com os fãs é a melhor possível já que sua carreira é bastante conectada com eles através das redes sociais. "Sabia que fazer uma novela infantil ia ser o trabalho que mais me daria visibilidade, mas não esperava tanta repercussão. Hoje são inúmeros

A festa temática da Turma da Mônica foi o ponto alto de sua comemoração de 10 anos

fãs clubes, chamo eles carinhosamente de 'lekada'. Sou muito próximo deles e muito grato. Sou conectado 24h. Tenho Instagram, Tiktok, Youtube, acho que estou em todas as redes sociais. Então estou sempre produzindo conteúdo e interagindo com a galera."

Sobre a sua relação com os amiguinhos da escola, ele revela que para fazer a novela "As Aventuras de Poliana" precisou mudar pra SP. "Então fui para um escola nova. Tem um pouco de assédio, mas agora acho que já estão acostumados. Na minha sala é tudo bem tranquilo, todos me tratam normalmente", garante.

Théo Medon é fãzaço de super heróis e o brinquedo que mais gostou de ganhar foi um escudo do Capitão América, "fiquei muito feliz nesse dia", lembra.

Ele ainda não tem um animal de estimação, mas tem esse desejo, como a maioria das crianças de sua idade. "Eu quero muito ter um cachorrinho. Eu e minha irmã até já escolhemos o nome, vai ser 'Paçoca'."

Seus pais são Moab Medon e Simone Fernandes e ele tem uma irmã de quase 3 anos, a Lara. Meu pai trabalha em uma empresa e passa a semana no RJ, e como estamos morando em SP, é minha mãe quem dá conta de tudo. De um tempo prá cá ela assumiu também o papel de empresária na minha carreira, pois sempre disse que ninguém melhor que os pais para essa tarefa, e eu concordo."

Théo Medon já planeja os próximos desafios da sua carreira, e diz: "Para a novela a gente tem que cantar, dançar, interpretar. Então comecei a estudar piano e faço aulas de canto. Lancei umas músicas autorais, e elas já tem 30 milhões de *views* no Youtube. Tenho projetos para gravar filmes, e aliás é uma coisa que eu adoro, fazer cinema. Meu desejo é não parar nunca mais, eu amo o que faço.

O menino tem paixão por super heróis e gostaria de viver o Homen Aranha nas telonas

Théo Medon

Nome Completo: Théo Fernandes Anselmo Medon

Data de Nascimento: 01/12/2009.

Estuda em série e qual colégio?: Estou no 5º ano.

Qual seu brinquedo preferido? Meu vídeo game

Livro que mais gostou? Saga Harry Potter

Trilha sonora preferida? Bruno Mars

Filme/Animação? Avengers

Cantor ou cantora que admira? Michael Jackson. Ele foi pioneiro em muita coisa. É admirável.

Um sonho? Fazer um filme da Marvel. Principalmente se for o Homem aranha. E também ganhar um Oscar, pode ser como ator, diretor ou roteirista.

Viagem que mais gostou? Recife (PE).

Quem são seus melhores amigos? Não quero deixar ninguém chateado (risos). Mas até hoje tenho amigos que estudei desde bebê.

Tem medo de alguma coisa? Ficar sozinho no escuro.

Tem alguma mania? Acho que não.

Cor preferida? Vermelho.

Um lugar que mais gosta de ir? Praia.

Que herói da ficção gostaria de ser? Homem Aranha, sem dúvidas. Acho que tenho o perfil muito parecido. Seria demais virar um herói reconhecido no mundo todo.

Feira Internacional de Brinquedos confirma bom momento da indústria brasileira

SETOR PREVÊ REPETIR NESTE ANO O CRESCIMENTO REGISTRADO EM 2019, DE 6%. BOA PARTE DOS NEGÓCIOS PROJETADOS FOI INICIADA NOS QUATRO DIAS DA ABRIN 2020.

Encerrada no dia 11 de março, a ABRIN 2020 – Feira Internacional de Brinquedos foi a "maior, melhor e mais bonita" edição até agora, na avaliação de Synésio Costa, presidente da ABRINQ – Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos.

Promovida ABRINQ e Francal Feiras, a ABRIN 2020 foi iniciada com o anúncio de que o faturamento da indústria brasileira de brinquedos fechou o ano de 2019 em R$ 7,3 bilhões, um crescimento de pouco mais de 6% sobre o ano anterior. O setor estima repetir o desempenho em 2020, e boa parte dos negócios projetados para o ano foi iniciada nos quatro dias do evento, segundo o dirigente.

Fotos Francal Feiras/Divulgação

Domingo

Novidade desta edição, a abertura inédita num domingo (dia 8) para estimular ainda mais os negócios com o varejo favoreceu a visita de pequenos lojistas que não podem parar seu comércio nos dias úteis. Na comparação com o primeiro dia do ano passado, a ABRIN 2020 recebeu 1.000 empresas visitantes a mais no domingo. No total 14.436 visitantes profissionais passaram pelos quatro dias da feira.

O evento reuniu 140 fabricantes brasileiros numa área de 30 mil m (22% a mais que em2018), que apresentaram cerca de 1.500 lançamentos para abastecer as lojas ao longo de todo o ano.

Entre experiências e conteúdo para ajudar o varejo a modernizar suas lojas, melhorar o atendimento aos clientes e aumentar as vendas, foram mais de 100 horas de atrações, como as palestras do ABRIN TALKS, a loja-modelo Arruma Loja, o espaço para o crescente mercado de jogos de tabuleiros, Game Show, e o desfile de personagens e marcas nas sessões da Hora do Show.

Abertura

Um show de personagens marcou a abertura oficial da ABRIN 2020. Logo às 10h da manhã, quando as portas foram abertas para os visitantes, o presidente da ABRINQ (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos), Synésio Batista da Costa, cortou a faixa de inauguração na muito boa companhia dos personagens mais queridos das crianças.

Junto a tudo isto, as apresentações do ABRIN TALKS, sempre lotadas, transmitiram mais conhecimento e conteúdo para os visitantes. Confira:

Momento do corte da fita inaugural. O primeiro dia da ABRIN 2020, que pela primeira vez caiu um domingo, foi cheio de atrações, conteúdo e experiências para os milhares de visitantes.

Ainda no primeiro dia, na parte da tarde, o Secretário Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, Carlos Alexandre Jorge da Costa, esteve com conselheiros da ABRINQ e ouviu sobre demandas do setor em relação a medidas do governo para combate a problemas como pirataria e redução do Custo Brasil, calculado em 2019 pela Secretaria em R$ 1,5 trilhão.

Gamificação

"Gamificação": o nome já diz tudo. É o uso mecânico dos pontos (como se fosse num jogo) em contextos diversos, com o objetivo de incrementar a participação e gerar comprometimento dos envolvidos.

Quem apresentou o conceito foi "Rei Luiz", ou melhor, Luiz Guilherme Martins, CEO da A Tenda com Jogos.

Alguns exemplos de utilização prática que ele passou foram: Cartão fidelidade; Clientes prestige; Black Friday; Meritocracia; Concursos gratuitos; Easter Eggs; Likes nas redes sociais; Faça você mesmo.

Público mais fiel

Outra especialista do setor de jogos de tabuleiro trouxe os principais valores desse brinquedo e o que ele oferece a seus usuários.

Por exemplo, os jogos de mesa são uma alternativa ao digital, pois promovem a sociabilização, desenvolvem habilidades e são constantemente reinventados. Além disso, eles têm o poder de cativar seus fãs.

O público mais fiel no mercado inteiro de entretenimento é o dos jogos de tabuleiros. Ele joga, gosta e busca por novos desafios. Quando o jogo tem uma nova versão, seu público adquire também, ensina Barbara Reis, diretora de marketing da Galápagos.

Oportunidades para pequenos e grandes

Se tem uma coisa que o comércio eletrônico proporciona é a democratização das oportunidades: O meio atende desde quem está começando até as grandes marcas, garante Luiz Natal, head of platform development da Nuvemshop Segundo a pesquisa apresentada por Luiz, 72 milhões de brasileiros realizaram, pelo menos, uma compra on-line em 2019.

Para o especialista, o varejista pode optar por três ferramentas de vendas: redes sociais; marketplace; plataforma.

No marketplace, existe a necessidade de um produto único para se ganhar destaque e não virar commodity. Já por meio de uma plataforma, é possível ser sempre o protagonista da loja, de modo que se tenha o controle da experiência do cliente, da marca e todo o marketing.

O *staff* da Francal Feiras, responsável pelo marketing e divulgação da feira de brinquedos

Danilo Marega - Consultor de Varejo – Gôndola Instalações Inteligentes durante a palestra no ABRIN TALKS

Loja arrumada

Sabia que loja arrumada vende mais? É por isso que a ABRIN 2020 trouxe o Arruma Loja, uma "loja-modelo" que demonstra como o visual merchandising consegue "prender" o cliente mais tempo e gerar mais tráfego na loja com a distribuição correta dos produtos por categorias.

Danilo Marega, coordenador Comercial da empresa Gôndola (responsável pelo Arruma Loja) comenta: "A ideia é gerar encantamento e atrair o cliente com um conceito lúdico."

O varejista tem acompanhado essas inovações e criado estratégias motivado pelo que chamamos de FOMO (*fear off, messing out*), que nada mais é do que o medo de perder, de ficar de fora, ensina o consultor

Num espaço da loja, por exemplo, há um cantinho para uma oficina de slime.

Loja arrumada precisa de tecnologia, e o sistema Totvs para PDV móvel, também em demonstração no Arruma Loja, pode ser operado no celular ou no próprio caixa.

Mariana Giovani, executiva de Soluções e Negócios, da Totvs, explica como o sistema funciona na prática: O cliente escolhe o brinquedo, o vendedor identifica o produto no celular, mostra preço e se a venda for confirmada, ali mesmo já emite a nota fiscal.

Flávio Urea, gerente de marketing da Via Varejo, em sua palestra sobre *e-commerce*

ABRIN TALKS

Na ABRIN 2020, negócios e conhecimento caminham de mãos dadas. O ABRIN TALKS é o lugar do conteúdo dentro da feira, com palestras dinâmicas, interativas e de interesse de quem trabalha com o brinquedo, principalmente os lojistas.

Fonte: Francal Feiras

O que é preciso para vender mais no e-commerce?

Segundo Flavio Urea, gerente de marketing da Via Varejo, é necessário ter um cadastro completo e rápido, com a categorização dos produtos para que o consumidor possa encontrar tudo com mais rapidez.

Títulos claros, completos e objetivos, atributos e filtros com informações técnicas dos produtos, imagens em alta resolução e descrição comercial também entram na lista.

É imprescindível garantir a qualidade das informações, inclusive, das imagens. 75% dos usuários da Internet consideram uma imagem de qualidade como um fator decisivo no momento da compra. Elas aumentam a conversão de venda em 9%.

E a organização?

Faça da sua loja um lugar! Quem ensina é Danilo Marega - Consultor de Varejo – Gôndola Instalações Inteligentes, que complementou em sua apresentação os conceitos do Arruma Loja. De acordo ele, esta é a evolução do varejo.

Corredores imponentes de lojas antigas se transformaram em gôndolas. No setor de brinquedos, por exemplo, elas têm a altura das crianças em espaços especializados e abastecidos pelas marcas.

"Na oportunidade da palestra conseguimos expor a um público ávido por conhecimento, atualização e organização, métricas para aumento de resultados. No contexto exemplificamos cases para embasar os desafios do varejo "fisital" que trata a integração do físico com digital. Navegamos exemplificando formas de proporcionar experiência de compras gerando encantamento as crianças e aos seus pais. De vitrines digitais para paginação de portfólio de fantasias, a paredes sensoriais e oficinas de slimes.

Ainda mostramos como posicionar estrategicamente as categorias de brinquedos denominadas "destinos" para gerar fluxo em toda área da loja e alavancar venda por impulso dos chamados produtos de "origem". Na sequência abordamos a melhor exposição através de um "planograma" apto ao gerenciamento das categorias. Isso significa buscar o melhor acessório de gôndola para cada modelo de produto e garantir ainda melhor margem líquida aos lojistas.

Por fim apresentamos dados do setor e a necessidade de se organizar em tempos de varejo 4.0 onde não existem barreiras entre o "*on*" e o "*off*". Mais do que nunca mostramos o quão urgente se dá a necessidade de transformação para atender as expectativas cada vez maiores de nossos clientes."

Experiência do cliente

Loja não é só para vender, precisa gerar uma experiência para o consumidor. O Customer Experience é um conjunto de ações para melhorar as interações entre consumidores e marcas em todo o processo de relacionamento – antes, durante e depois da venda.

Especialista no assunto, Virgínia Delfino, head de Comunicação e Marketing da NeoAssist, comenta: "A soma das experiências das pessoas define a força da marca."

Estes são os quatro requisitos para uma estratégia de Customer Experience, segundo a especialista:

Definição e documentação de processos; Gerenciamento dos canais de atendimento; Conteúdo produzido; Motivação do time.

Inovar é preciso.

Inovar no varejo é um desafio que tem que ser encarado por quem quer se manter no mercado. Wesley Ribeiro, consultor em varejo, destaca o que precisa ser enfrentando em primeiro lugar:

Velocidade das mudanças; Dificuldade para prever o futuro; A era da conexão – ecossistema vivos; Os novos cenários – múltiplas interpretações.

A influenciadora mirim Luluca e sua boneca criada pela Estrela

Em mais um dia de muito conteúdo, o ABRIN TALKS deu atenção ao licenciamento de marcas e personagens, uma das principais alavancas de sucesso dos brinquedos. Confira como foi:

Basquete!

Quem não conhece a NBA, principal liga de basquete dos Estados Unidos – e do mundo?

Licenciar a marca NBA foi uma jogada de mestre, segundo Roger Ahlgrimm, diretor de licenciamento e varejo da NBA Brasil. A marca está presente em vários continentes, com transmissão em 215 países e 47 línguas.

Braskit Brinquedos presente na 37ª Feira de Brinquedos Abrin

Reforçar a presença da liga como marca, esse é o foco, já que o cliente é também um fã do esporte, com destaque para o *lifestyle*, que usa os produtos da liga no dia a dia, diz o diretor.

Sacada

Para Rafael Pedreira, diretor da Licencie – Conectando Marcas e Produtos, a grande sacada quando o lojista passa a investi em marcas licenciadas é que elas respondem as principais questões de mercado:

Quer vender marcas já conhecidas e estabelecidas na sua loja?

Precisa diversificar os produtos da sua prateleira?

Super Flyer, da Braskit Brinquedos

Quer vender produtos com maior valor agregado?

Gostaria que seus vendedores já conhecessem os produtos e marcas a serem vendidas?

Tem interesse em vender marcas que já estão em alta na mídia e nas redes sociais?

Quer saber qual a próxima marca a bombar?

Universos narrativos e transmidiáticos

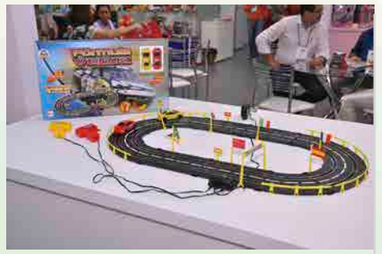
Para quem não sabe, o *storytelling* – ou narrativa – é sim uma ferramenta de negócios. JC Rodrigues, diretor da *Neuromotion* – Marketing, Ciência e Tecnologia, lembrou que todo produto

Coelhinho Musical, da Braskit Brinquedos

depende de um universo muito bem criado. Não importa o que aconteça, esse universo manterá o produto em alta.

Luccas "Fenômeno" Neto

O sucesso não vem do nada! Germano Giorgio Brandino, diretor de Marketing da Novabrink, garante que nada foi feito às cegas no licenciamento do Luccas Neto. Para o desenvolvimento da marca do influenciador, que deu origem a uma avalanche de produtos licenciados, houve uma séria análise de tendência, ou seja, foi avaliado que o personagem tem capacidade de sustentação.



A pista de corrida Super Veloz, da Braskit Brinquedos

Por sinal, essa é a dica de Germano para quem quer investir em licenciamento:

Deve-se procurar por uma marca que se sustente, que tenha capacidade de manter seu negócio em constante crescimento. A criança não quer mais a propaganda convencional, com um simples merchandising. Ela se atenta àquela divulgação na dramaturgia, no lúdico, no autêntico.

Gestão

Para encerrar o dia, um pouquinho de gestão. Quer saber um segredo: o principal tópico para uma gestão excelente é converter tempo em vendas. De que modo?

Ricardo Marques, gestor comercial da ACSN, explica que quanto mais tempo o cliente passar na loja, maior a sua chance de comprar. E ensina uma tática para ampliar o tempo de permanência de uma criança numa loja é colocar músicas infantis:

Esse é um conceito especialmente interessante quando estamos tratando de criança, já que é preciso desenvolver um trabalho maior de atração com elas, que se dispersam com mais facilidade e em pouco tempo. Se elas gostam de música, a chance de permanecerem no local é de 35% por um período mais longo.

Conteúdo

Gestão, vendas, relacionamento humano. Tudo isso faz parte do negócio de quem trabalha com brinquedo. Este *mix* de assuntos fez parte da programação do ABRIN TALKS do terceiro dia do evento. Confira algumas das dicas dos especialistas:

Marketing de relacionamento é fundamental, e a principal estratégia, para Patrícia Rodrigues, "*Head, Heart, Body and Soul*" da Mais que Isso, é gerar experiências, ou seja, se colocar no lugar de quem usará o seu produto.

Outra coisa que precisa ser lembrada, e que muitas empresas esquecem, é que o problema

Braskit expôs sua grandiosa linha de brinquedos

do seu cliente tem que ser seu problema. Isso significa que você se antecipou ao problema antes mesmo dele existir, se preparando para todo e qualquer tipo de conflito, adverte.

Que o *marketplace* acelera as vendas ninguém duvida, e os principais ingredientes são marketing interno, estratégias comerciais e precificação, cada um com sua contribuição, segundo Juliano Andriguetti, *Head* de *marketplace* da WebContinental.

Ele ensina que é preciso haver critérios de qualidade no cadastro dos produtos e Imagens em alta resolução e descrição detalhada e confiável de cada item. Enquanto isso, as estratégias comerciais compreendem as campanhas, a exploração e

Bebê Atividades, da Braskit Brinquedos na linha de 1ª Infância

testes dos produtos e a capacidade de forçar itens sem giro. Já o terceiro acelerador, a precificação, gira em torno de regras de *Buybox*.

É preciso ter entendimento de todos os custos, bem como uma margem por canal de vendas.

Sua empresa tem uma estratégia? Todos sabem qual é e como alcançá-la? Perguntas como essas permearam a apresentação de Thiago Casagrande, consultor de empresas da Casagrande Consultoria, ao falar sobre representação comercial.

Ele colocou o público para quebrar a cabeça quando lançou também questões como: todos

Adijomar Brinquedos apresentou novidades na Abrin

sabem o diferencial da sua empresa? Saberiam defendê-la como se fossem o dono?

E respondeu: um representante capacitado sim!

Descontração e um clima totalmente lúdico marcaram a apresentação de Luciana Scarabeli, assistente social e agente do brincar. Ela deu argumentos concretos sobre os efeitos que o brincar tem na vida do ser humano, seja qual for a sua idade.

Qual foi a última vez que você brincou? O que é impossível mesmo é brincar sem aprender. Toda brincadeira dá importantes lições aos seus participantes. Brinque mais.

Adijomar brinquedos aposta em produtos de alta qualidade e acabamento, tanto em injeção, quanto em vinil

Adilson Dalaneze, diretor comercial da Adijomar Brinquedos

Quem chegou na Abrin em 2020 deu de cara com o estande da Adijomar Brinquedos, logo no corredor principal. Esse destaque de localização foi condizente com a qualidade dos produtos apresentados na feira de brinquedos e deixou o visitante bastante satisfeito.

"Ao todo foram 40 novas oportunidades apresentadas este ano, sendo que buscamos intensificar e aumentar nosso portfólio para o segmento de primeira infância. Apresentaremos produtos

O sempre movimentado estande da Adijomar Brinquedos

de alta qualidade e acabamento tanto em injeção, quanto em vinil, e tudo isto para agregar ainda mais valor à nossa marca," fala Adilson Dalanezi, diretor Comercial da Adijomar Brinquedos, que possui um catálogo de cerca de 200 itens.

A empresa fez investimentos antes da edição da feira em máquinas, equipamentos e produtos novos, o que geraram investimentos em moldes e acessórios para a produção dos mesmos. Tudo isso para apresentar os seus principais lançamentos como: Fazendinha da Adijomar, Piano Infantil com Tambor e Chocalho Baby.

Segundo Adilson Dalanezi, "o produto Fazendinha da Adijomar é uma mini fazenda com vários atrativos e componentes para a criança interagir e montar, pois as peças serão enviadas desmontadas para a criança poder construir a sua fazenda da forma que preferir. O produto é composto por um cenário ilustrado e com componentes como um celeiro onde é possível colocar a vaquinha e o cavalo, terá também um carneiro, galinha e um porquinho, além de vários outros componentes para aumentar a atratividade. Esse produto é recomendável para crianças acima de 3 anos."

Segue o diretor Comercial, "já o produto Piano Infantil com Tambor apresenta inúmeras atividades para o Bebê e interação com total segurança, podendo descobrir sons, cores, luzes, músicas, formas e funções para estimular o aprendizado, melhorar a capacidade motora e aguçar os sentidos. É indicado para maiores de 18 meses."

Também na linha de Puericultura, "o Chocalho Baby que é composto por 4 modelos de chocalhos que estimulam os sentidos auditivos e visuais, as habilidades e a coordenação motora do Bebê, além de ter um toque macio e confortável com formas arredondadas e seguras. É indicado para maiores de 6 meses", fala o diretor.

Sobre esta edição da feira, Adilson Dalanezi foi enfático: "Esta feira foi sem dúvidas a melhor feira dos últimos 5 anos, tanto em aumento de visitantes quando de negócios. A experiência da feira ser realizada no final de semana foi positiva e trouxe para o primeiro dia um aumento significantes de visitantes."

Segundo ele, sua expectativa para o mercado de brinquedos este ano, "era muito boa! A crise mundial e a possível falta de produtos importados da China trouxe para essa edição um número maior de visitantes, tanto nacionais quanto de países vizinhos em busca de oportunidades, e muitos negócios foram fechados na feira. Porém, o que ninguém contava era com a reviravolta na semana seguinte a feira onde o Brasil passou a sofrer com a questão do COVID-19 e o varejo fechando suas portas. Nesse momento estamos sem expectativas e com apenas incertezas sobre o nosso mercado de brinquedos.

Grupo Brinquedos Anjo & Angels Toys segue otimista e apostando na futura reação do mercado

"A nossa linha de Fisher Price se destacou muito em nosso estande, por ser uma linha diferenciada, apresentamos a linha do Falcão - Rei do Futsal, uma linha de produtos que o mercado gostou muito, onde a criança brinca praticando esporte. Destacamos que milhares de pais mandaram mensagens em nosso Instagram elogiando a linha,

Na Anjo Brinquedos, o agito ficou por conta do craque Falcão

justamente por tirar seus filhos do celular e da vida sedentária", conta Fábio Teixeira, gestor comercial do grupo Brinquedos Anjo & Angels Toys.

Ele fala que entre Anjo e Angel Toys, "tivemos cerca de 80 lançamentos, envolvendo a linha própria, mais a linha licenciada"

Teixeira destaca que "a aposta desse ano foi justamente que remodelarmos um pouco nossa linha, digo trazendo lançamentos que tenham o DNA dos brinquedeiros, das lojas especializadas em brinquedos." E explica, "termos um sortimento tanto na linha licenciada, quanto na linha não licenciada que se

Na Anjo Brinquedos, o craque Falcão (centro), ao lado de João Gilberto Ghiraldi e Fábio Teixeira (dir.)

encaixa perfeitamente nos referidos canais acima."

Com cerca de 350 skus, entre as marcas da Anjo e Angel Toys, os investimentos não pararam.

"Estamos investindo bastante em desenvolvimento de produtos. Queremos de fato ter produtos diferenciados no mercado. Ter cada linha com sua identidade e não apenas mudar embalagem e adesivo. Com essa manobra, estamos com uma equipe de desenvolvimento full time, pensando nas necessidades e oportunidade de mercado", comenta Fábio Teixeira, gestor comercial do grupo Brinquedos Anjo & Angels Toys.

Os clientes da CiaToys receberam atenção do craque e a camisa autografada

Continua na página 21.

Royal Toys aposta na linha de Candy Toys e é sucesso na feira

EMPRESA PARANAENSE, EM SUA PRIMEIRA PARTICIPAÇÃO NA ABRIN, TRAZ NOVIDADE NA LINHA DE BRINQUEDOS COM DESTAQUE PARA O OVOTOYS, BRINQUEDOS COM SURPRESA, ACOMPANHADO DE DOCE, ALÉM DO *FEATURE* DE REALIDADE AUMENTADA

Liderada pelo empresário Ney Gazda, a empresa localizada em Astorga (PR), está no mercado há mais de 20 anos. "Nós tínhamos uma rede de varejo com 7 lojas de varejo e começamos a importar da China no ano de 2001. E começamos a migrar para a linha de *Candy Toys* no ano de 2017. Hoje temos 300 produtos em linha e temos um lançamento que é o Ovo Toys. Um Ovo surpresa que vem com creme de avelã, no sabor napolitano, com um brinquedo dentro e esse produto também tem a realidade aumentada. Esse ano vai ficar marcado para a história da Royal Toys pelo lançamento Ovo Toys", conta Gazda.

Segundo ele, a oportunidade de investir no mercado de *Candy Toys* surgiu em uma dessas viagens à China. "Na realidade nos percebemos quer o mercado tem uma carência desse produto e tinha apenas 2 ou 3 fornecedores em nível Brasil. Então pegamos esse nicho de mercado."

O empresário Ney Gazda, da Royal Toys na exposição de brinquedos

A empresa possui 300 produtos em seu vasto portfólio

A empresa percebeu o nicho de mercado de Candy Toys e procurou superar a carência de fornecedores para o mercado

Fotos: Eduardo Santos

Ovo Toys vem com um bichinho surpresa e uma deliciosa sobremesa

Sobre a perspectiva de mercado da Royal Toys, Ney revela que "é um ano bastante complicado, pelo fato dos nossos produtos serem chineses. Alguns deles nós fazemos a montagem aqui no Brasil e acredito que para o segundo semestre vai se normalizar a produção chinesa e também que o dólar vá se estabilizar em um patamar de 4,50", arrisca "e a roda vai começar a girar de novo."

Em sua opinião, agora falando da 1ª. participação da Royal Toys na Abrin, ele afirma "estamos contentes. É uma feira específica no segmento de brinquedos e estamos tendo bastante aceitação. Os clientes estão nos visitando, estão ficando satisfeitos com nosso *mix* de produto, com a variedade e nossa linha de *Candy Toys*."

Para finalizar, Ney Gazda, da Roysal Toys enfatizou que "gostaria de agradecer a todos os amigos, clientes e dizer o seguinte: 'A Royal Toys é uma empresa que acredita no Brasil. Nós acreditamos que a roda vai começar a girar e o Brasil vai superar esse coronavírus e esse problema de câmbio, em breve."

Gazda apresenta o conceito Ovo Toys com realidade aumentada

Toyal Toys
Rod. PR 218 — Estrada do Pirapó, 489
CEP 86730-000 - Astorga - PR
Tel.: (44) 3234-6667 / WhatsApp (44) 99896-0011
Royaltoys.com.br | www.ovotoys.com.br
vendas@royaltoys.com.br

Samba Toys faz umas das maiores exposições de novos brinquedos da Abrin

FABRICANTE DE BRINQUEDOS COM SEDE EM LARANJAL PAULISTA (SP) FOI RESPONSÁVEL PELO LANÇAMENTO DE 200 ITENS NOVOS DURANTE A FEIRA, COM DESTAQUE PARA O CASTELO DA PRINCESA JUDY, MOTO SB 1000 E LINHA TCHUCO BLOCKS

Sempre intencionada em trazer novidades para o mercado de brinquedos, a Samba Toys não perdeu tempo desde a última da feira Abrin, e trabalhou duro para mostrar 200 lançamentos nesta 37ª. Feira de Brinquedos.

"Nossa grande aposta para esse ano foi agregar aos produtos nacionais alguns itens importados. Com isso trazer muitas novidades para nossos clientes", relata Filipe Contó, gerente Comercial da Samba Toys.

Sobre a 37º Feira Abrin, ele fala que "trouxe com ela uma novidade, que foi iniciar no domingo, onde obtivemos um bom número de visitações. Para a SAMBA TOYS, podemos afirmar que a Feira Abrin 2020 foi um sucesso, comemora Contó.

Entre as novidades estão o brinquedo da linha Pet Care Delivery e os Blocos na versão de mesinha didática

Dentre os seus 200 itens novos lançados na exposição, os principais lançamentos foram Castelo da Princesa Judy, Moto SB 1000 e Linha de Blocos, que se chama Tchuco Blocks.

"Castelo Princesa Judy. Nossa Judy agora se tornou uma linda princesa e ganhou um lindo castelo, temos dois Modelos Castelo Princesa Judy e Castelo Princesa Snow", relata Contó.

Ele diz ainda, sobre a "Moto SB 1000. Agora trouxemos para nossos clientes uma linda moto versão Speed, para crianças brincarem nas pistas e colecionarem, já que possuem variadas cores."

Falando do "Tchuco Blocks. Sempre inovando e buscando alternativas para escolha de nossos lançamentos, criamos a linha Tchuco Blocks. Dentro dessa linha de blocos temos uma variedade de modelos como: Blocks Construção, Navio Pirata, Blocos na Sacola PVC, Blocos na Cadeirinha e uma versão de mesa didática."

Fotos: Laureni Fochetto

Filipe Contó, gerente de vendas da Samba Toys

A Samba Toys conta atualmente com 435 itens em linha e continua investindo em máquinas e profissionais de qualidade para seguir competitiva no mercado de brinquedos.l

Segundo Filipe Contó, gerente Comercial da Samba Toys, "esperamos conquistar nossas metas e atingir a todos nossos cliente e também abrindo novos clientes."

A Moto SB 1000, agora versão Speed, para crianças brincarem nas pistas e colecionarem, possuem variadas cores. O Tchuco Rex, em novas cores e os nossos lançamentos da linha Tchuco Blocks: Blocks Construção, Navio Pirata, Blocos na Sacola PVC, entre outros

Samba Toys
Rod. Marechal Rondon, s/nº, KM 183,300
CEP 15700-000 - Laranjal Paulista - SP
Tel.: (15) 3287-5655
www.sambatoys.com.br
comercial@sambatoys.com.br

LANÇAMENTOS

MILK BRINQUEDOS

COLEÇÃO Milk HAIR

RADICAL BOY

Boneco 100% vinil

Vem com super skate de dedo e ioiô para a criança brincar

COLEÇÃO Milk HAIR ++ 1ª CONSULTA

Vem com acessórios para a criança brincar!

Boneca 100% vinil

coleção RAFA BOY SOFT

PARA A CRIANÇA BRINCAR E SE DIVERTIR COM ESTE NOVO AMIGUINHO!

SUPER MACIO E FOFINHO

COLEÇÃO Milk HAIR

Super Chef

Vem com acessórios para a criança brincar

Boneca 100% vinil

COLEÇÃO Best Friends

Rauber muñecos s.l. | PRODUTO COM DESIGN ESPANHOL

2 MODELOS Boy e Girl

Toda criança vai se encantar com estes bebês!

eu falo 104 frases

Contato: (15) 3383-9595
https://www.milkbrinquedos.com.br
sac@milkbrinquedos.com.br

Milk Brinquedos se destaca na Abrin como especialista na fabricação de bonecas

FABRICANTE DE LARANJAL PAULISTA (SP) TEM TRADIÇÃO NA FABRICAÇÃO DO PRINCIPAL ITEM DO PORTFÓLIO INFANTIL E ESTE ANO TROUXE PARA A FEIRA 43 LANÇAMENTOS, COM DESTAQUE PARA A COLEÇÃO BEST FRIENDS

Fotos: Laureni Fochetto

Rafael Leite (centro), diretor da Milk Brinquedos, ao lado de William Pivetta e Filipe Contó, gerentes da empresa

Com um total de 133 itens em sua lista de produtos para 2020, a Milk Brinquedos, uma das maiores fábricas de brinquedos do Brasil, fez bonito em sua apresentação na 37ª. Feira de Brinquedos – Abrin 2020, apresentando nada menos que 43 novos produtos.

Detalhe da entrada do estande da fabricante de bonecas na Abrin 2020

Gilmar Molon, gerente de vendas da Milk Brinquedos, com os lançamentos

Destaques para a Coleção Best Friends (Ref. 456/457), menino e menina conceito diferente macacão roupa, etc. Fala 104 frases, também teve boa aceitação. "Nota 10, Rosto ficou muito bonito", garante Gilmar Molon, gerente comercial da Milk Brinquedos.

A Coleção Milk Hair Radical Boy (Ref. 465), é um produto 100% vinil, agregando acessórios como io-iô e skate de dedo, "algo diferenciado do que nós temos no mercado mais uma opção para a criançada!, fala Molon.

A Coleção Rafa Boy Soft (Ref. 909), "é produto todo de pano, caracterizando menino, com embalagem diferenciada do que estamos acostumados no nosso segmento que são bonecas por isso foi bem aceito pelos nossos clientes entre os lançamentos", explica o gerente de vendas.

Já a Collection Baby Milk Negra (Ref. 406), é um bebê com cabeça, pernas e braços em vinil, corpo com enchimento (fibras) na cor negra, "o que esta em alta já no mercado a um tempo e a Milk é especialista na fabricação de bonecas negras no atual mercado de bonecas, destaca Gilmar.

Segundo ele, falando desta edição da Abrin, "como sempre a nossa empresa foi bem agressiva no mercado e estávamos bastante otimistas para esse ano. Almejando sempre o planejamento anual de crescimento, essa feira é ponto de partida para os meses que antecedem o Dia das Crianças e Natal. Nele elaboramos o planejamento com os nossos clientes para se adiantem as compras de brinquedos, para que não deixem para última hora,

O movimentado estande da Milk Brinquedos agradou os compradores

tendo em vista os acontecimentos no país. Vale ressaltar que feira foi bastante movimentada pelo fato de começar no domingo", analisa

Já em relação às expectativas de mercado para o período, o gerente de vendas da Milk Brinquedos, fala: "Bom. Já tínhamos uma expectativa positiva, que o mercado estava reagindo aos poucos. Achamos que o mercado interno esse ano

Boneca e boneco da Coleção *Best Friends* foram o grande destaque no estande

tende a crescer, tendo em vista que as importações deram uma travada nesses últimos meses."

MILK
BRINQUEDOS
Milk Brinquedos
Rod. Eng.º Oswaldo Nardini, s/nº, KM 0,890
CEP 18500-000 - Laranjal Paulista - SP
Tel.: (15) 3383-9595
https://www.milkbrinquedos.com.br
sac@milkbrinquedos.com.br

Continuação da página 13

Em sua opinião esta edição da feira Abrin vinha acompanhada de expectativa extremamente positiva, "já tínhamos uma grande expectativa, por ser uma edição que teve seu primeiro dia em um domingo, e de fato foi sensacional, um fluxo de pessoas e de negócios muito acima do que o primeiro dia dos anos anteriores, com isso, a energia positiva teve continuidade para os próximos dias."

Sobre a expectativa para o mercado de brinquedos este ano, Teixeira diz que "começamos muito bem o ano, mas com a chegada do Covid-19 paralisou o mercado como um todo. O ano ainda promete muitas novidades, mas não sabemos ao certo como o mercado irá reagir com essa estagnada na economia. Também temos o dólar em patamar nunca visto, com essas realidades, acreditamos que teremos pouco tempo para produzir e abastecer o mercado, mas temos que seguir com os nossos planejamentos, e eles são otimistas mesmo diante de tudo isso.", ele finaliza.

Sunny aposta em brinquedos com tecnologia e surpreende seus visitantes

A Sunny Brinquedos participou em mais uma edição da feira abrin e pode surpreender seus visitantes com brinquedos com tecnologia, gerando novas experiências através de ativações, essa é a opinião de Maiara Dias, supervisora de Marketing, da empresa.

"Conseguimos de fato surpreender nossos visitantes com lançamentos, brinquedos com tecnologia, inovação e qualidade dos produtos. Além de gerar experiências através de ativações que estiveram acontecendo em nosso estande e com a união de ambos (produtos e experiências) geramos grandes parcerias e negócio", analisa a profissional de marketing. "Em geral foi uma feira de público assertivo e que gerou bons negócios",

A Sunny Brinquedos apresentou os seus principais lançamentos para a temporada, focada na tecnologia embarcada em seus produtos.

Como destaques, a DC - Máscara do Batman Troca Voz permite que sua voz mude para soar como a do Batman! Vem com uma máscara extremamente detalhada com viseira. Já com o Ricky Zoom, a criança embarca nas maiores aventuras com você no controle de Ricky Zoom. Com sons exclusivos do desenho, incluindo a música tema, chegue ao resgate com sua luz especial que acende na viseira da motocicleta. Tem ainda a Patrulha Canina: Torre de Vigilância Mighty Pups com quase 3 pés de altura para realizar missões de resgate do *Mighty Pups*. Possui uma tirolesa de energia, recurso de telescópio de transformação

O heróis estiveram presentes nos novos produtos da Sunny Brinquedos

Sharon Candy, da Sunny Brinquedos

na parte superior, lançador de veículos, luzes e sons para reproduzir. *Mighty Pups* resgatam missões. Inclui: 1 Vigia da Patrulha Canina *Mighty Pups*, 1 Torre, 6 clipes, 1 veículo de perseguição, 1 figura de perseguição.

Segundo Maiara Dias, a Sunny Brinquedos segue "apostando bastante na linha de Patrulha Canina que continua com muitas novidades, tecnologia e inovação em vários SKU's e continua sendo febre entre a criançada. Além de claro, apostar muito no nosso grande lançamento do ano: DC. Que tem muitos brinquedos com tecnologia, desde as figuras articuladas até os brinquedos *roleplay* e embalagens que se transformam em cenário pra brincadeira.", completa a supervisora.

Mattel e parceiros apresentam lançamentos

A Mattel, líder global em entretenimento infantil, apresentou, em primeira mão, mais de 50 produtos licenciados durante a feira de brinquedis. No evento a marca americana esteve presente nas empresas Brinquedos Anjo, Barão, Cotiplás,

Carlos Bazzo, da Cotiplás, mostrou a nova linha Berenguer Boutique

Elka, Pupee e Xalingo expondo os lançamentos das icônicas marcas Barbie, Hot Wheels, Fisher-Price e Little Mommy, além de reunir as últimas tendências do *trade* infantil.

Entre as novidades apresentadas pela Barão a pista radical Wave Racers Hot Wheels com 3 loops aéreos que inclui 2 carrinhos movidos por sensores para acelerar no universo da marca. Fãs da boneca mais famosa do mundo puderam escolher sua bebida preferida na *Shake Machine Barbie*, uma máquina com sons e luzes e moedinhas que irá refrescar a brincadeira, ou aproveitar a brisa do mar com o super lançamento *Barbie Surf Studio* que acompanha, além da boneca, uma prancha de surf e espreguiçadeira.

Incentivando a coordenação motora através da imaginação, a Xalingo convida as crianças a montarem a Cidade Tubarão Hot Wheels que

Cotiplás apresentou novidades em bonecas e produtos para 1ª Idade

estimula a criatividade, pensamento lógico e noção de espaço em uma aventura radical.

A Pupee apostou em dois novos modelos do busto *Styling Head Barbie*, que agora, além dos acessórios fashionistas, inova com opções de gel e maquiagem para o cabelo da boneca e a expansão da linha de bichinhos de estimação *Pets* da Barbie. Quem também trouxe novidades foi a *Barbie Large Doll*, com o relançamento das bonecas de 60 cm nas profissões confeiteira, veterinária e bailarina.

Além disso, o portfólio educativo Fisher-Price veio recheado de novidades da Brinquedos Anjo: uma linha exclusiva de brinquedos de banho com peças lúdicas que tornam o banho do bebê em um momento de diversão e aprendizado.

Candide também apresenta os lançamentos

Mais uma vez, a Candide participou do evento trazendo os lançamentos mais aguardados do ano.

A empresa apostou em produtos inovadores, além de linhas já amadas pelas crianças, incluindo licenças de franquias de sucesso, como PJ Masks, Homem-Aranha, Toy Story, Hot Wheels e Frozen. A nova série de L.O.L. Surprise! vem toda trabalhada com cores *neon* e que brilham no escuro, e ainda há novidades para quem ama criar penteados incríveis nas bonecas. Uma nova linha, Na Na Na Surprise, dos mesmos criadores de L.O.L., já chegou e promete ser um estouro! Garagem S.A. apresentou muitas novidades, incluindo motos que lançam piões, caminhões com parafusadeira e até carro de rádio controle que escala paredes, item que também pode ser encontrado na linha de Batman e Homem-Aranha. Outros brinquedos que vão ganhar o coração da criançada fazem parte das linhas Infinity Nado e Robo Alive. Os personagens da série Rev & Roll também chegaram ao catálogo da Candide, com a equipe de veículos e seus melhores amigos humanos.

Calesita e Tateti apresentam lançamentos na feira

Osvaldo Vacinaletti da Calesita e Tateti com as novidades das empresas

Walkiria Franciele (à esq.), gerente da Estalos Fantasminha e assistente Amanda Costa

Calesita e Tateti, empresas do Grupo Empresarial Calesita, marcam presença na 37ª Feira Internacional de Brinquedos (Abrin), apresentando mais de 20 lançamentos. São brinquedos que chegaram para incrementar as linhas de Educativos, Faz de conta e Bebê, da Tateti, e a linha de rodados, da Calesita, que ganha uma super novidade, um carrinho 3 em 1.

Entre os lançamentos do Grupo Calesita, a Imaginativa Fashion, a Nutri Cozinha, o Rodadinhos Blocks Trator, a Fazendinha e o Velotri merecem destaque. Os brinquedos vêm reforçar o compromisso das marcas Calesita e Tateti em incentivar brincadeiras divertidas e educativas.

"Existe um grande envolvimento e carinho de toda a nossa equipe para apresentar brinquedos que conectem a infância ao mundo da imaginação e que contribuam com o desenvolvimento das crianças", comenta a Diretora do Grupo Calesita, Nadia Vacinaletti.

Nig Brinquedos aposta em nostalgia para lançamentos

O universo da arte, a brincadeira com tintas e ilustrações esteve presente no estande da NIG Brinquedos durante a Abrin. Expositora em todas as edições do evento, a NIG trouxe para essa edição lançamentos nas linhas Madeira, Faz-de-conta, Jogos e Licenças para abastecer o mercado de brinquedos durante o ano.

Com 60 anos no mercado, a NIG é uma referência ao se falar em jogos educativos e pedagógicos. Mas, para acompanhar o gosto da criançada e manter o toque de nostalgia, a empresa apresentou releituras de brinquedos clássicos com os personagens mais amados do momento. As quatro principais licenças da empresa – Turma da Mônica, Mundo Bita, Galinha Pintadinha e Luciano Martins - ganharam um Kit de Pintura, com cavalete e paleta de madeira, tintas coloridas e telas ilustradas. "Colocamos o time de personagens queridos das crianças nessa brincadeira de tinta, pincel e telas que é um clássico da infância; a brincadeira e a imaginação precisam ser estimuladas", diz Cristina Cardeña, gerente de produto da NIG.

Essa intenção esteve presente também na linha de lançamentos Mundo Bita, que reúne jogos pedagógicos de madeira, encaixes e outros desafios para os pequenos. "Acreditamos muito na madeira como material ideal para as atividades das crianças, ela tem durabilidade, estimula o tato e o contato com a natureza", afirma Cristina.

Mimo Toys apresentou sua nova coleção de bonecos de super-heróis

Hasbro marca presença na ABRIN 2020

Em mais uma vez com a participação na Abrin, a Hasbro, uma das maiores empresas de entretenimento do mundo apresentou as novidades para 2020, em um estande de 384 m². Estiveram em destaque os principais lançamentos de suas marcas proprietárias, como Baby Alive, NERF e Play-Doh, além de brinquedos licenciados de grandes marcas como Princesas Disney, Frozen, Marvel, Star Wars e Trolls.

Sempre um grande sucesso com a criançada, as bonecas Baby Alive chegam com novas funções e novos visuais. A Baby Alive Minicórnio entra no mundo lúdico dos pequenos vestidas de unicórnios fofinhos e com vários acessórios, enquanto a Baby Alive Aprendendo a Cuidar vem com pijaminha e remédios e é o bebê ideal para as crianças, ensinando um pouco dos cuidados necessários com os bebês.

Rosita e Baby Brink juntas trouxeram muitas novidades

Líder na categoria de lançadores, Nerf teve destaque no estande com novos produtos e espaço de experiência com alvos. Uma das grandes novidades foi o lançador NERF Fortnite SMG-E inspirado no famoso *game*, com um lança dardo motorizado e detalhes que qualquer fã do jogo reconhece. Outro grande lançamento da marca foi a *Nerf Ultra On*e, robusta, motorizada e com dardos exclusivos, garante precisão e distância. E, para os jovens (14+), a novidade da NERF Rival Finisher XX 700 que facilita a recarga de vários dardos ao mesmo tempo com um *clip* diferenciado.

A recém-lançada coleção Mundo de Texturas de *Play-Doh* esteve disponível para todos experimentarem e se encantarem. E, dentro deste universo de novas texturas, a marca apresentou o primeiro *playset* com slime, proporcionando uma nova forma de brincar: é o *Snotty Scotty*. Com este lançamento, a criançada insere o Play-Doh slime no extrusor posicionado na parte de trás da cabeça do boneco e ao pressionar a alavanca, a textura sai pelo seu grande nariz, causando uma impressão bastante cômica! Também entre as novidades, a Máquina de Sorvete chegou com a *Play-Doh Drizzle*, uma cobertura de mentirinha que imita uma calda de chocolate ou morango para ser colocada sobre a massinha.

Estande da Mercotoys

Grandes franquias da Hasbro também tiveram lançamentos em 2020, e Monopoly veio com tudo com um jogo que ganhou uma agilidade nunca vista! Monopoly Velocidade chegou para quem quer partidas mais dinâmicas ou para quem não tem tanto tempo livre, mas quer curtir o famoso jogo de tabuleiro. Power Rangers ganhou um novo morfador, Rei Power Rangers Beast X, que emite luzes e mais de 20 sons e frases. Mr. Potato Head tem agora os Tots Batatinhas, uma coleção de personagens que podem ser montados e desmontados formando diferente personalidades divertidas, com peças que, após a brincadeira, poderão ser guardadas dentro do corpinho das batatinhas. E My Little Pony trouxe um novo visual para as pôneis mais amadas do mundo, apresentando a Figura Rarity Cores Mágicas, com um cabelo que cresce e em contato com a água gelada muda de cor, e vários acessórios.

Brinquedos licenciados de marcas parceiras da Hasbro também encantaram os visitantes do estande. Três principais lançamentos de Princesas Disney chamaram a atenção: a boneca inspirada no novo *live-action* de Mulan; a Style Series, que traz princesas, como Bela e Rapunzel, com releituras dos seus vestidos clássicos em versões contemporâneas; e princesas Comfy Squad com *looks* despojados e confortáveis. Os fãs da Marvel também puderam conferir novidades: os Bonecos Bend and Flex Vingadores e Homem-Aranha deixaram os maiores heróis da Terra em poses dinâmicas com a possibilidade de recriar alguns movimentos vistos nos filmes; e com o Martelo Lançador Power Moves Thor, o famoso martelo Mjolnir se fundiu com a tecnologia NERF para deixar a brincadeira muito mais dinâmica.

E mais: Trolls marcou presença com pequenos dançarinos que tremem, os Trolls Dançarinos, que vêm em um pack com seis trolls e dois braceletes,

Latoy trouxe novos personagens à sua linha de brinquedos de látex

Rosa Michelin (à dir) e equipe, no estande da Show Toys

para as crianças ficarem ainda mais estilosas e coloridas. E, para finalizar, Beyblade trouxe o Pião Hypersphere Starter Pack, com pontas de desempenho que permitem que os piões escalem a parede das novas arenas Burst Hypersphere.

Styll marca presença na ABRIN 2020

A marca trouxe muitas novidades para a exposição, todas com o toque de encanto dos produtos Disney, como as grades para cama e troninhos do casal de ratinhos mais amado do planeta, a dupla Mickey e Minnie. Confira os lançamentos:

Grade de proteção para cama: Recomendada para crianças a partir dos 3 anos, a grade de segurança Styll é prática de usar. Basta encaixar sua base sob o colchão convencional. Além disso, é dobrável, ou seja, torna-se uma peça fácil de guardar e transportar, podendo ser levada em uma viagem, por exemplo. Fabricada em estrutura tubular de aço e forrada com tela, também facilita na hora da limpeza.

Medidas: 700mm comprimento x 370mm altura x 430mm largura.

O troninho é um marco na independência e no crescimento da criança, já que faz parte da transição da fralda para o assento sanitário. Personalizado com um dos temas mais queridos pelos pequenos, transforma essa nova experiência em algo lúdico e divertido. E, como sempre, esse é mais um produto que a Styll pensa no conforto da criança e no bolso da família, já que a peça é super prática, portátil e ainda se transforma em banquinho ou degrau, bastando desencaixar a base do troninho e invertendo o seu lado. Indicado para crianças a partir de 18 meses.

Pela primeira vez na feira, a Show Toys trouxe linha de bonecas

Xalingo apresenta vários lançamentos na terceira maior feira de brinquedos do mundo

Em 2020, a Xalingo reforça o seu compromisso com o público infantil com uma linha criativa, colorida e segura. Por uma infância com mais brincadeiras, a empresa resgata brinquedos clássicos, indica produtos com personagens queridos e traz diversos jogos temáticos.

Alexandre Marques, da Xalingo, com os lançamentos da linha *Steam*

Todos os lançamentos estiveram na 37ª ABRIN - e durante os quatro dias de evento, lojistas, profissionais do setor e formadores de opinião puderam conhecer os detalhes e os diferenciais dos produtos da marca em um amplo estande.

Quebra-Cabeça Encaixe Frutas: Destaque para a linha educativa com novidades para as famílias, educadores e instituições de ensino. A série tem o Meu Primeiro Mapa-Múndi (41 x 37 cm) com 30 peças grandes e de tamanhos variados em madeira reflorestada. Com o quebra-cabeça, a garotada pode conhecer os continentes e muitas curiosidades.

Marcos Ernica, da BS Toys

Gracioso e divertido, o Quebra-Cabeça Encaixe Frutas permite que a criança explore o universo das frutas, desvendando formas, cores e nomes. Para alcançar o objetivo, o pequeno precisa colocar cada peça no contorno correspondente do tabuleiro de madeira.

Mix de Montar Família Panda + Quebra-Cabeça Big Fofossauros: + Quebra-Cabeça + História Minha Escolinha.

Já o Mix de Montar Família Panda possibilita que a meninada monte 1 carro, 1 avião e 1 moto por meio da arte DIY – Faça você mesmo. Outra sugestão é o Quebra-Cabeça Big Fofossauros 35 peças, um passatempo divertido que auxilia no desenvolvimento da coordenação motora e do raciocínio.

Da linha Minha Escolinha, o Quebra-Cabeça + História 16 peças também promete conquistar meninos e meninas. O lançamento permite que a garotada monte novas versões das clássicas histórias Chapeuzinho Vermelho e Três Porquinhos.

Lançamentos da Brasbaby são destaques com produtos de segurança e praticidade

Desde 1995 no mercado de puericultura e brinquedos, a Brasbaby trouxe para a Abrin 2020 diversos lançamentos que atendem todas as necessidades de bebês de O a 3 anos.

A empresa apresentou novidades de algumas marcas que representa com exclusividade e que são vendidas no mundo todo como Clingo, Baby Bath, Oball, Bright Starts, Ingenuity e Baby Einstein que garantem segurança, bem-estar e estimulam o desenvolvimento dos sentidos e habilidades dos pequenos, seguindo todas as normas e tendências nacionais e internacionais. Essas marcas são algumas que compõem o portfólio da Brasbaby.

Junior, da I9brinquedos, com o lançamento *Riding Academy*

Revista Brincar é multiplataforma

O mercado de brinquedos está em constante evolução e não tem sido fácil para os lojistas acompanharem essas transformações sem contar com informações que gerem conhecimento.

E isto é exatamente o que a revista Brincar procura oferecer ao seu público, seja na mídia impressa ou *on-line*, o que fez surgir na publicação o conceito "multiplataforma".

"O nosso leitor é quem escolhe onde quer obter as informações do mercado de negócios com brinquedos, que chamamos multiplataforma", explica Eduardo Santos, diretor de Redação da Revista, que participou mais uma vez da feira Abrin.

Laurent Fochetto

Eduardo Santos (de pé), diretor de Redação da Revista Brincar, ao lado do assistente Marcelo Passarini, explicou o conceito "multiplataforma" do veículo de comunicação

Coronavírus: jogos de tabuleiro são opção saudável para entreter crianças em casa

Com a chegada do Coronavírus ao país, a rotina para muitas famílias brasileiras é outra: filhos sem atividades escolares, pais trabalhando em esquema de home office, "férias" antecipadas sem cinema, shows ou museus. Com mais tempo em casa, a busca por novas atividades de entretenimento torna-se uma necessidade. Neste cenário, os jogos de tabuleiro apresentam-se como uma opção ao mesmo tempo divertida, estimulante e interativa, além de uma alternativa para não deixar as crianças o dia todo de frente para a TV ou o *tablet*.

Com o crescimento intenso do mercado de jogos analógicos no Brasil nos últimos anos, as opções são diversas. A Galápagos Jogos, maior editora nacional de jogos de tabuleiro modernos, indica uma seleção de títulos para diferentes momentos.

Galápagos Jogos /Divulgação

Atividades analógicas são trunfo aos pais que buscam alternativas saudáveis e educativas para aproveitar melhor o tempo dos filhos

Mattel lança linha de produtos da animação Dois Irmãos: Uma Jornada Fantástica

Mattel/Divulgação

Personagens do filme se transformam em figuras de ação exclusivas para brincadeiras ainda mais divertidas

A Mattel, maior fabricante de brinquedos do mundo, apresenta sua nova linha de brinquedos inspirada na animação Dois Irmãos: Uma Jornada Fantástica, novo filme da Disney Pixar que estreia no dia 5 de março no Brasil. A nova linha de produtos inclui figuras de ação e minibonecos que prometem fazer sucesso entre crianças e colecionadores.

O novo filme conta a história dos irmãos Ian e Barley que vivem aventuras cheias de magia. A linha de brinquedos Dois Irmãos: Uma Jornada Fantástica da Mattel traz três figuras de ação de 28 cm com articulações e detalhes autênticos dos personagens, como o boneco do Blazey, o dragão de estimação de Ian.

Já os 12 minibonecos surpresas representam os principais personagens da animação, entre familiares e amigos dos irmãos. Os bonecos cabem na palma da mão e são ideais para colecionar.

Superproduções Marvel e Disney impulsionam o fabuloso mercado de produtos *geek*

O mercado *geek* movimenta mais de R$ 138 bilhões no mundo todo e está em um momento de grande expansão. No Brasil não é diferente. Apesar da crise econômica, o segmento deve crescer de 8 a 10% este ano.

Os lançamentos Disney e Marvel impulsionam os bons números deste ano. Só a Disney faturou quase a metade da bilheteria mundial e o poder de suas superproduções não pode ser subestimado. As telas de cinema influenciam os resultados das franquias e outras empresas baseadas no licenciamento de produtos geek. O sucesso de um filme ou série está diretamente relacionado ao sucesso de uma coleção. Se o filme vai bem, a coleção vai bem, caso contrário, a coleção também derrapa.

Capitã Marvel, Alladin, X-Men: Fênix Negra, O Rei Leão e Toy Story 4 são algumas das superproduções que lotaram os cinemas e renderam ótimas vendas em 2019. E ainda temos mais: Malévola – a mestre do Mal, Frozen 2 e Star Wars: A ascensão de Sky Walker alegraram os fãs.

O ano de 2020 promete ser igualmente promissor, com os filmes da Viúva Negra e Os Eternos, ao lado de produções da Marvel que chegam em formato de série, como Falcão e Soldado Invernal. "Todos que atuam no segmento esperam ansiosos pelas produções, pois haverá lançamentos pertinentes a cada um deles", fala Felipe Rossetti, sócio-fundador da Piticas, uma das maiores marcas relacionadas à cultura pop e ao universo *geek* do Brasil.

Piticas/Divulgação

Felipe Rossetti, sócio-fundador da Piticas, uma das maiores marcas relacionadas à cultura pop e ao universo geek do Brasil.

Quem vai pagar a conta? Especialistas em economia falam sobre coronavírus, dólar e crise internacional

Fotos: MF Press Global/Divulgação

O cenário na economia mundial hoje é bem diferente do otimismo que tomou o mercado no final de 2019, que acreditava que haveria crescimento positivo nas principais economias, inclusive China, União Europeia, EUA e Brasil, que já tiveram de rever suas projeções de crescimento para baixo, chegando a anunciar previsão de crescimento mais próxima de zero em alguns casos. Toda essa reviravolta tem um nome: Coronavírus.

Muitas incertezas pairam sobre os investidores, acionistas e também sobre não investidores

Hoje com o dólar nas alturas, chegando perto dos 5 reais na cotação oficial somada a crise internacional e a recessão que está a caminho por causa da paralisação dos meios de produção em todo o mundo, muitas incertezas pairam sobre os investidores, acionistas e também sobre não investidores. Afinal, como deve ficar a economia brasileira e mundial após o surto de coronavírus?

O que dizem os especialistas sobre o futuro da economia e o coronavírus?

O advogado tributarista e especialista no mercado financeiro, Eliézer Marins, acredita que é preciso se adequar e buscar meios de seguir em frente: "O desconhecido e o medo de suas consequências caiu cedo demais sobre a economia global e por causa deste inesperado fato o mundo está sem chão, sem um ponto de referência. O coronavírus se tornou muito pior para a economia mundial do que guerra comercial entre Estados Unidos e China e pode nos arrastar a um Crash igual ou até mesmo de maiores proporções que o da grande depressão de 1929 da Bolsa de Nova York. O impacto é sequencial como se fosse um dominó, da China ao Irã e à Coreia do Sul e agora toda a Europa ocidental, que virou o epicentro da epidemia e está paralisada frente ao desconhecido, e tudo isto é algo nunca vi, nem a maioria de nós".

A especialista em crédito e consultora Yasmin Melo, criadora do projeto Gigantes do Consignado, acredita que este é o momento em que os governos vão precisar intervir e os bancos terão de fomentar o crédito ao empreendedor para amenizar os efeitos pós-crise: "aqui no Brasil, em São Paulo, o governador João Doria anunciou a liberação de R$ 225 milhões para crédito subsidiado a empresas do estado para o aquecimento da economia paulista, como reação ao impacto do coronavírus. Isto será necessário, em um momento em que a maioria dos países desenvolvidos tiveram de parar os meios de produção. Será necessário tomar medidas como diminuir as taxas da linha de capital de giro e aumentar os prazos de carência, para que o empreendedor possa se recuperar. Isto é uma tendência a ser seguida não apenas por governos, mas por grandes instituições financeiras em todo o mundo, que mais do que nunca precisarão aumentar a oferta de crédito e acreditar no empreendedor".

Especialistas em finanças como Yasmin Melo apontam projeções para os rumos da economia no Brasil e no mundo, em um cenário de surto de coronavírus, queda das bolsas e disparada do dólar

Quem vai pagar a conta?

Muitos governos tomaram medidas para impactar positivamente nas economias. No entanto Eliézer Marins questiona quem pagará a conta por estes incentivos: "algo que já é perceptível é que as pessoas já não estão mais consumindo ou saindo como antigamente. Já tínhamos no Brasil um cenário de recuperação lenta de uma recessão econômica, ainda mais agora com o coronavírus, que obrigará muitos destes estabelecimentos comerciais a estarem fechados, acumulando prejuízos. Então mediante a essa retração do consumo, que reflete diretamente no lucro dos empresários, eu pergunto quem vai pagar essa conta. Será que os governos irão aliviar a carga tributária ou adiar o recolhimento dos impostos de empresários que foram afetados por essa paralisação causada pelo vírus até que a situação se realize? Os impostos sobre os salários vão ser pagos? É importante que nós façamos esta pergunta, que nos questionemos sobre isto.", aponta.

O advogado tributarista Eliézer Marins

E o dólar, como que fica?

Quanto ao valor do dólar, os motivos pelos quais a cotação oficial tem estado em valores cada vez mais altos tem a ver com diversos outros fatores além da pandemia: "o dólar está alto não apenas por causa da derrubada das bolsas, que influencia sim na cotação, mas por uma conjuntura de fatores. Com a Selic historicamente baixa em 4,25%, que é irreal frente ao cenário de pânico global, tem havido enorme fuga de capital do Brasil, em busca de investimentos mais rentáveis, e como consequência temos a alta do dólar. A política econômica atual é a maior responsável pelo dólar disparar, mais do que a baixa do barril de petróleo e até mais que o coronavírus e os índices das bolsas despencando no Brasil e no mundo", acrescentou Yasmin Melo.

Com lojas fechadas, Ri Happy usa WhatsApp para seguir vendendo brinquedos

A RECEITA DESSE VAREJO CAIU 11% ANTES DA QUARENTENA, MAS, PARA A MAIOR REDE BRASILEIRA DO SETOR, O ISOLAMENTO DAS FAMÍLIAS EM CASA PODE AJUDAR VENDAS *ON-LINE*

Entrar em uma loja colorida e barulhenta e ser recebido por uma variedade de jogos, bichos de pelúcia, eletrônicos, carrinhos e bonecas. Na dúvida, receber ainda a ajuda de um vendedor sorridente. Contar com esse apelo para vender não será mais possível no setor de brinquedos, que, em meio à pandemia do novo coronavírus, que causa a infecção respiratória covid-19, viu quase todas as suas lojas físicas serem fechadas.

A Ri Happy, maior varejista brasileira especializada no segmento, sentiu a crise na pele. Todas as suas 284 lojas físicas, localizadas sobretudo em *shopping centers*, estão inacessíveis desde 20 de março – primeiro por decisão da própria empresa e, dias depois, por decretos estaduais e municipais.

Eduardo Santos/Arquivo Brincar

Loja da Ri Happy em São Paulo: afetada pelo fechamento do comércio e de shoppings

Para sobreviver aos meses desafiadores que virão, a rede está investindo como nunca em sua experiência *on-line*. Antes do aprofundamento da crise do coronavírus no Brasil, 8% das vendas da Ri Happy vinham dos canais digitais. Agora, a fatia deve aumentar, diz o presidente Héctor Núñez. "Aceleramos o abastecimento do centro de distribuição para garantir que vamos ter produtos durante a crise", afirma.

A Ri Happy já possuía uma série de frentes digitais, mas, com as lojas fechadas, precisou se reinventar mais rapidamente. Além do e-commerce tradicional, pedidos agora são feitos até por mensagem de WhatsApp. O sistema está funcionando em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Curitiba, e chegará a novas localidades nos próximos dias.

Mesmo no comércio eletrônico, o fechamento das lojas afetou a própria logística. Das 36 unidades que atuavam como mini-centros de distribuição (CD), incluindo algumas em teste piloto, somente cinco estão com estoque funcionando. Muitas das lojas ficavam em shopping centers. Nesse formato de mini-CD, os produtos chegam ao cliente vindos da loja mais próxima, e não do centro principal, que fica em Extrema, Minas Gerais, acelerando as entregas.

Por isso, a empresa precisou adaptar a operação nessas lojas restantes para seguir com os prazos usuais. Em muitos lugares, entregas da Ri Happy podem ser feitas em três ou quatro horas após o pedido – a média do varejo brasileiro é superior a 10 dias, segundo a empresa de inteligência de *e-commerce* Compre&Confie.

"Nestas lojas que funcionam como mini-CD, mesmo os lojistas estão ajudando nas entregas agora", diz Núñez. Para a parte da equipe que ainda precisa contribuir com tarefas no mundo físico, tudo está funcionando dentro das regras sanitárias estabelecidas contra o coronavírus, com máscaras, luvas e higienização das mãos, reforça o presidente da Ri Happy.

Para dar conta dos pedidos, também estão sendo intensificadas as parcerias de logística com o app de entregas colombiano Rappi e o serviço de entregas gaúcho *Delivery Center*.

O online será essencial para o varejo neste momento de crise, e o mesmo vale para os brinquedos. A Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq) estima que 20% das vendas no setor já venham do comércio eletrônico, segundo o presidente Synésio Batista da Costa.

Além das vendas diretas de grandes redes, como a Ri Happy, vários fabricantes fazem parcerias para vender os produtos em varejistas menos especializadas, como Mercado Livre, B2W, Amazon e Magazine Luiza. Nessas redes, o comércio eletrônico já está estabilizado e funcionará a todo vapor nos próximos meses. "Temos avanços significativos no ramo, que neste momento ajudam na sobrevivência", diz Costa.

O impacto do coronavírus nos brinquedos

Mesmo antes do fechamento das lojas, o fluxo de consumidores já começava a diminuir na Ri Happy, segundo Núñez, com os brasileiros preocupados em evitar contágio e saídas desnecessárias. Hoje, são mais de 2.400 casos confirmados e mais de 50 mortes no Brasil. A expectativa de agentes de saúde é que o pior ainda pode estar por vir.

Na semana encerrada em 15 de março (ainda antes da quarentena obrigatória), o setor de brinquedos como um todo teve queda de 11% no faturamento em relação à semana anterior. Os dados são do instituto de pesquisa de consumo NPD Group, os mais recentes disponíveis. Em relação ao ano anterior, a queda é de 14%. Em 2019, o segmento faturou 4,2 bilhões de reais no Brasil no ano, alta de 2%.

"O problema para o varejo não é só o fechamento obrigatório. O perfil de consumo em lojas físicas não vai voltar ao que era tão cedo, ainda que o comércio volte a abrir, porque as pessoas terão de ganhar de novo confiança para ir a um ambiente fechado", diz o presidente do NPD Group no Brasil, José Guedes. Os países europeus, que já vinham sendo afetados pela quarentena anteriormente, também apresentaram quedas nas últimas semanas, segundo o NPD, que monitora 13 países.

Na Ri Happy, o coronavírus vem sendo discutido desde o começo do ano. Um comitê de crise foi criado em 4 de março, quando o Brasil tinha menos de dez casos confirmados. Naquele começo, a preocupação maior era com a cadeia de suprimentos, vinda sobretudo da China, país onde a pandemia começou. Semanas depois, a atenção se voltou para o impacto direto também nos clientes brasileiros.

A diretora de marketing Emilia Velloso vem tocando conteúdos especiais para, segundo a executiva, apoiar os pais que precisam trabalhar em casa. Há desde jogos e brincadeiras postadas nas redes sociais até transmissões ao vivo com informações de saúde para mães grávidas. O canal da Ri Happy no YouTube, o "Toyzera", já é o sexto mais assistido entre o público infantil, segundo a empresa. "A gente nunca vai conseguir replicar a experiência das lojas. Mas existem outras formas de engajar com as famílias, por meio de bom conteúdo, uma boa seleção de produtos", diz Velloso.

A Ri Happy ainda não divulga o impacto do surto do novo coronavírus projetado nas vendas. "Que terá uma queda em vendas é evidente que teremos. Mas a magnitude dela é muito cedo para quantificar", diz Núñez. "Ainda não temos um horizonte desta crise e de quanto tempo ficaremos fechados."

Para o segundo semestre, a temporada de ouro do setor – que inclui o Dia das Crianças em outubro –, a expectativa é que a pandemia do novo coronavírus já esteja melhor controlada. O abastecimento de matéria-prima e produtos vindos da China também deve começar a se normalizar em breve, com a estabilização do número de casos no país. Ainda assim, Costa, da Abrinq, estima que pode haver um cenário de maior compra dos fabricantes nacionais, chegando a cerca de 30% estrangeiro e 70% de produção local.

Uma boa notícia é que ao menos nem todos os brinquedos devem sofrer da mesma forma. Segundo o NDP, três categorias tiveram queda menor do que a média na receita de vendas no Brasil: os brinquedos esportivos e que envolvem movimento, os jogos e quebra-cabeças e os bichos de pelúcia. O setor espera que a vontade de brincar – e de gastar para isso – continue em alta. "Mesmo com tudo que estamos vivendo, todos os dias acontecem 150.000 aniversários", diz Costa, da Abrinq. "Apesar do isolamento, as crianças estão com os seus pais e isso segue impulsionando as vendas."

Um dos desafios das vendas *on-line* é conseguir atrair os pais e crianças a comprar mesmo a distância. O foco no varejo, mesmo no comércio eletrônico, vem sendo em itens de primeira necessidade, como alimentos e fármacos. Neste cenário, outra das frentes abraçadas pela Ri Happy para continuar se relacionando com os clientes é uma maior frequência e variedade de conteúdo *on-line*. A campanha "Modo brincar" foi adaptada para "Modo brincar em casa".

fonte: exame.abril

Novo Grupo Empresarial Calesita espera ganhar em agilidade produtiva e atuação comercial focada

CALESITA, TATETI E MALGHER: EMPRESAS FATURARAM 12% A MAIS EM 2019 E PROJETAM AUMENTO DO QUADRO DE COLABORADORES EM CERCA DE 20% ESTE ANO

Calesita/Divulgação

O Grupo Empresarial Calesita, localizado em Pomerode (SC), possui entre a Calesita e Tateti, um mix composto por mais de 200 itens.

A Calesita, marca nacional de brinquedos com sede em Santa Catarina, completa 20 anos transformando-se em Grupo Empresarial. O Grupo Calesita passa a ser composto por três empresas independentes: a Calesita, que produz a linha de rodados, com carrinhos de passeio, velocípedes e patinetes; a Tateti, lançada em 2018, que a partir de agora irá focar-se no mercado de brinquedos "educativos", "faz de conta", "bebê" e "praia & jardim"; e a Malgher, unidade de injeção plástica, que havia sido criada em 2019 para abastecer a empresa com matéria prima, e que agora ganha vida própria, passando a oferecer o serviço de injeção de plásticos para todo o mercado nacional.

"Calesita, Tateti e Malgher, que compõem o Grupo Calesita, são empresas independentes com estruturas industriais e estratégias comerciais próprias, o que propicia maior eficiência operacional e comercial", explica Osvaldo Vacinaletti, Diretor Fundador, do Grupo Empresarial Calesita. Ele ressalta que, com a mudança, o grupo espera ganhar em agilidade produtiva e atuação comercial focada, o que resultará na aceleração do processo de expansão nacional e internacional, uma vez que as marcas já são exportadas para Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile e Venezuela.

Com a expansão e os novos investimentos, estima-se a ampliação do quadro de pessoal em 20% até o fim do ano.

"As marcas Calesita e Tateti poderão trabalhar mais focadas em seus respectivos posicionamentos de mercado, pesquisando, criando e lançando novos produtos de suas respectivas linhas, o que contribui para melhor performance comercial", afirma Josiane de Mattos, gerente comercial.

Os produtos da Calesita e da Tateti são comercializados em mais de sete mil lojas multimarcas no país. A empresa também exporta para países como Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile e Venezuela. O mix total entre a Calesita e Tateti é composto por mais de 200 itens.

As empresas Calesita e Tateti trabalham com um sistema de gestão de qualidade certificado pelo modelo 5, do Inmetro, o que assegura a certificação de todos os produtos e a qualidade de seus processos.

As empresas do Grupo Calesita possuem plantas industriais próprias, cada qual com suas especificidades produtivas, sendo que a nova unidade industrial da empresa TATETI propiciará maior agilidade na linha de produção graças aos investimentos em tecnologia.

Instalada no centro de Pomerode, cidade em que a Calesita nasceu e na qual possui um complexo industrial, a nova planta recebeu investimentos de cerca de R$ 16 milhões até o momento.

Já a Malgher, que produz plásticos injetados, está instalada em planta própria desde 2019, quando foi fundada. Para 2020, está previsto investimento de R$ 6 milhões em maquinário, com o objetivo de aumentar a capacidade de produção, visando a industrialização sob encomenda para as mais variadas empresas que apliquem plástico injetado em seus produtos.

O Grupo Empresarial Calesita possui, atualmente, 320 colaboradores, distribuídos nas três empresas. Com a expansão e os novos investimentos, estima-se a ampliação do quadro de pessoal em 20% até o fim do ano.

Jantar de Apresentação

No início do mês de março, a Semaan Distribuidora, conhecida marca de comercialização de produtos de qualidade, mantendo sua missão de ética, valorização das pessoas e respeito profissional, ofereceu um jantar aos seus clientes, parceiros, representantes, fornecedores e imprensa.

Na ocasião, a Semaan apresentou os lançamentos que passam a constar no seu vasto catálogo de produtos, nacionais e importados, que são sempre previamente analisados, testados e aprovados pela nossa empresa, garantindo alta qualidade e bons preços.

Primeiramente, Marcelo Mouawad, diretor comercial da Semaan DN, falou sobre a importância e o sucesso da conceituada marca CBX, uma indústria alemã que fabrica produtos infantis, entre carrinhos, cadeiras de carro e de alimentação, sendo sua comercialização uma exclusividade do Grupo Semaan para todo o território brasileiro.

Marcelo destacou, sobretudo, o objetivo de trazer alta tecnologia e pesquisa europeias para o mercado de puericultura pesada nacional, proporcionando satisfação e tranquilidade, tanto para os parceiros que comercializam esses produtos quanto para os seus clientes consumidores.

Durante o evento, Daniella Romano, gestora comercial da CBX no Brasil, ressaltou a qualidade dos produtos, observando as principais características que conceituam a empresa no mercado de puericultura pesada: design inteligente, praticidade e segurança.

Para conhecimento de todos os presentes, desfilaram os carrinhos que são destaques da nova coleção CBX : Etu Plus System, Woya Travel System, Leotie Flex 2 em1 e o Bebê conforto Shima.

Enquanto ocorria o desfile em clima de descontração, as modelos usavam a nova mochila maternidade da Turminha Guará, acessório clean e compacto, que além da praticidade para as mães reúne beleza e modernidade.

Na sequência, Alexandre Santos, gerente nacional da Styll Baby e nosso parceiro explicou sobre a importância da Turminha Guará, que traz produtos igualmente inovadores, úteis que ainda objetiva a conscientização dos nossos pequenos e de seus pais sobre a importância da preservação das nossas matas nativas.

Os personagens da Turminha Guará são representados pelos animais que estão em extinção na nossa fauna: Ararajuba, Bicho-preguiça, Lobo-guará, Tamanduá-bandeira e Tatu-bola. Eles moram na Refloresta Guará, um local encantado, criado a partir do reflorestamento na Terra.

O auge desse evento de networking foi a descontração que imperou por toda a noite e, juntamente com a filosofia da Semaan Distribuidora, pôde fortalecer, de forma pessoal e exclusiva, os laços de união, confiança e respeito entre todos os envolvidos na produção, distribuição, comercialização e utilização de produtos de puericultura.

Para consagrar a noite e deixá-la ainda mais inesquecível, na saída,como uma forma carinhosa de agradecimento pela participação, a Semaan Distribuidora agraciou com uma lembrança especial a todos os presentes.

semaan® dn
DISTRIBUIDORA NACIONAL

Showroom
Rua Madeira,82 - Canindé - São Paulo
Tel. 11 99304-8962

WOYA TRAVEL SYSTEM

Cód:**5000**
Ref:**859844**

WOYA TRAVEL SYSTEM

Cód:**5048**
Ref:**863373**

ETU PLUS TRAVEL SYSTEM

Cód:**6771**
Ref:**859845**

LEOTIE FLEX 2 EM 1

Cód:**9255**
Ref:**859846**

BEBÊ CONFORTO SHIMA

Cód:**6762**
Ref:**859847**

BASE SHIMA ISOFIX

Cód:**6809**
Ref:**859848**

CADEIRINHA AURA

Cód:**2023**
Ref:**859849**

CADEIRINHA AURA

Cód:**5427**
Ref:**863375**

CADEIRINHA AURA FIX

Cód:**2184**
Ref:**859850**

CADEIRINHA AURA FIX

Cód:**5465**
Ref:**863374**

CADEIRINHA TAIMA

Cód:**3320**
Ref:**859851**

CURTA, SIGA, COMPARTILHE!

@cbx_br
@turminhaguara
@semaan_distribuidora

revista **brincar**
PUERICULTURA

PRODUTO

CHICCO LANÇA ASSENTO ELEVATÓRIO CHAIRY

PUERI EXPO

FEIRA DE PUERICULTURA – É ADIADA PARA O PRÓXIMO MÊS DE AGOSTO DEVIDO A COVID-19

BEBÊS TRANQUILOS E EM SEGURANÇA EM CASA

MAM, PREPAROU ALGUMAS DICAS IMPORTANTES PARA QUE AS MAMÃES PASSEM ESSE PERÍODO COM SEUS BEBÊS DE MANEIRA MAIS TRANQUILA

PUERI EXPO: Feira de Negócios em Puericultura – é adiada para o próximo mês de Agosto devido a Covid-19

KoelnmesseDivulgação

O Expo Center Norte recebe o evento no início de agosto, depois do adiamento

Em consideração a atual situação do Covid-19, e seguindo as diretrizes globais e decretos locais, a equipe de gestão da Koelnmesse após consulta com a indústria e parceiros comerciais definiu nova data para a realização da feira, sendo adiada para o período de 4 a 7 de Agosto de 2020, no Expo Center Norte, pavilhão azul.

A Pueri Expo - Feira Internacional de Negócios em Puericultura – é a única e exclusiva feira de Puericultura no Brasil. Em nota, a organização diz: "Nós, da Koelnmesse, continuamos empenhados em realizar um evento de qualidade que proporcione novos negócios e parcerias. Esperamos seu contínuo apoio e participação de 4 a 7 de agosto de 2020, no Expo Center Norte, em São Paulo."

A feira reúne mais de 10 mil lojistas de todo o Brasil, em busca das principais novidades, tecnologias e tendências de puericultura leve e pesada, como cadeiras veiculares, cadeiras para alimentação, cangurus, enxoval, brinquedos, produtos de segurança, móveis, decoração e muito mais!

Simultaneamente acontece a FIT 0/16, a maior e mais tradicional feira do setor de moda para bebês, crianças e adolescentes de até 16 anos.

A Pueri Expo é inspirada na Kind+Jugend, maior evento do setor infantil do mundo, que acontece em Colônia na Alemanha, também organizado pela Koelnmesse.

Dicas para o bebê ficar em casa relaxado e em segurança

MAM/Divulgação

MAM, marca especialista em bebês, preparou algumas dicas importantes para que as mamães passem esse período com seus bebês de maneira mais tranquila

Diante dos recentes acontecimentos, com muitas famílias passando a maior parte do tempo em casa, a MAM, marca especialista em bebês, preparou algumas dicas importantes para que as mamães passem esse período com seus bebês de maneira mais tranquila.

Brincadeiras

Ficar muito tempo em casa pode ser chato e cansativo. Por isso, é importante que a família adote uma rotina divertida, envolvendo brincadeiras que estimulem o desenvolvimento do bebê. As indicações da MAM são leitura de histórias infantis, teatro de fantoches, bolhas de sabão e dança, através de uma playlist divertida, como as da MAM.

Higiene

Os bebês são muito ativos e curiosos, e sempre querem tocar tudo aquilo que está ao alcance das mãos. Por isso, é essencial que a esterilização de todos os objetos de uso pessoal deles esteja em dia. A higienização desses produtos pode ser realizada através do esterilizador da MAM, que esteriliza até 6 produtos em 5 minutos, é fácil de usar e cabe em qualquer micro-ondas.

Higiene Oral

É consenso entre os odontopediatras que boas práticas de higiene e de segurança devem ser adotadas desde os primeiros meses de vida, a fim de evitar a proliferação de bactérias que se acumulam na boca do bebê e auxiliar no desenvolvimento da dentição. Diante dessa realidade, a MAM possui uma linha totalmente voltada ao cuidado oral do bebê. Ela pode ser conferida através deste link.

Chicco propõe diversão em família em tempos de isolamento

Chairy Nesse período de reclusão é muito importante encontrarmos formas de diversão e aprendizado com nossos pequenos. Para isso, a Chicco traz atividades e brincadeiras em casa e para ajudar os papais nesse momento. Uma diversidade de brinquedos, capazes de estimular e auxiliar no desenvolvimento das crianças.

Entre os destaques, a Amarelinha Eletrônica vem com 10 campos e animais fofos para a brincadeira de criança. Os pequenos podem pular ouvindo sons engraçados ativados em cada campo e se divertir escolhendo um dos dois modos possíveis de jogo (modo de aula ou modo fitness). O modo é selecionado de acordo com a idade e habilidades da criança.

Já o Tapete 44 Gatos – super lançamento - é uma ótima escolha para os pequenos que gostam de se divertir dançando. Com a função freestyle, o participante pode criar sua própria coreografia.

Amarelinha Eletrônica e Tapete 44 Gatos, da Chicco, trazem atividades e brincadeiras em casa

Chicco lança assento elevatório Chairy

Chairy é o novo assento elevatório que a Chicco apresenta, com dupla funcionalidade. Criada para alimentação, é facilmente convertido em cadeira infantil. Graças a Chairy, os pequenos podem se juntar aos adultos à mesa para refeições deliciosas e momentos juntos com a família.

Pode ser ajustado em quatro níveis diferentes de altura, adaptando-se perfeitamente às necessidades da família. O modelo também vem com um cinto com três pontos que impede a criança de cair ou ficar de pé. Outro diferencial é que pode ser dobrado para que o usuário possa guardá-lo ou transportá-lo com facilidade.

Prezando sempre pela segurança máxima, a Chicco Chairy deve ser fixada a uma cadeira normal usando tiras ajustáveis. Se necessário, as correias e a bandeja podem ser removidos e o assento pode ser facilmente usado como uma cadeira de criança que pode até ficar no chão. Sua indicação é a partir de 6 meses até aproximadamente três anos.

Fotos: Chicco/Divulgação

Assento elevatório Chairy, da Chicco é facilmente convertido em cadeira infantil

Massagem calmante para crianças e bebês

Encontro com os amiguinhos, almoço na casa dos avós, as brincadeiras com as professoras na escola... Com o avanço da pandemia de coronavírus, todas essas atividades precisaram ser suspensas e as crianças estão com dificuldade para entender o momento. Como se trata de um problema enfrentado por todo o mundo, o departamento de saúde mental da Organização Mundial da Saúde (OMS) listou formas de passar por esse momento com os pequenos, visando o bem-estar de toda a família.

Atividades lúdicas, como desenhar e pintar, podem ajudar as crianças a expressarem os seus sentimentos. Outra forma de aproveitar o tempo com as crianças e bebês é fazer uma massagem nos pequenos. O toque ajuda a melhorar os vínculos afetivos, além de provocar estímulos cerebrais e motores, reforçando a consciência corporal. Especialistas e pediatras recomendam, já que a técnica pode ajuda a acalmar, relaxar e diminuir a ansiedade. Vejas as dicas da Bebê Love de como usar a Shantala, que pode ajudar a família nesse momento:

Shantala pode melhorar o sono e alivia cólicas

A "Shantala" é uma técnica indiana de massagem completa para bebês e crianças. O método é capaz de melhorar o sono, estimula a produção de hormônios de relaxamento e pode aliviar até mesmo as cólicas – comuns nos primeiros meses de vida. No processo, toda a pele dos pequenos é tocada, desde a cabeça até os dedinhos dos pés. Para isso, os pais podem contar com as dicas da linha Bebê Love, da Nutriex, que são grandes incentivadores destes momentos de afeto.

Veja três passos para uma massagem prática e rápida, que pode ser inserida na rotina diária. Lembre-se: a pele dos bebês e crianças é extremamente sensível, é preciso utilizar uma loção durante a massagem para que as mãos possam deslizar suavemente.

• Higienize as mãos: bebês e crianças ainda estão desenvolvendo o seu sistema imunológico, por isso, é importante lavar bem as mãos antes de iniciar a massagem.

• Comece massageando levemente o tórax e a barriga: a massagem no peito estimula a respiração e expande a caixa torácica; os movimentos na barriga auxiliam o funcionamento do intestino e do estômago, aliviando as cólicas.

• Passe para os braços e pernas: role suavemente as mãos para baixo e para cima, pelos braços e pernas da criança; passe do tornozelo para o quadril, e do ombro para o pulso.

• Finalize com uma massagem nas costas: mova as mãos suavemente em direções opostas. Intercale nos sentidos dos ombros para o quadril e vice-versa.

Antes de iniciar, os pais também precisam estar neste modo calmo. Fazer exercícios de respiração e relaxamento pode ajudar, afinal, essa tranquilidade é passada na conexão que será gerada entre ambos. Posicione a criança de forma confortável e assegure-se que ela possa ver o seu rosto durante todo o processo. As massagens podem ser feitas diariamente, sempre com intensidade leve.

Observar expressões faciais e identificar como a criança reage é uma forma importante de entendimento entre pais e filhos. Outras recomendações podem minimizar os efeitos do isolamento social na vida de todos, como se manter positivo, buscar alternativas para deixar a rotina o mais saudável possível e união familiar.

A Loção Hidratante Suave Neutro de Bebê Love, conta com fórmula de extrato de algodão, ação calmante, toque sedoso, promove hidratação e proteção à pele do bebê, além de deixar um aroma suave.

Bebê Love Sabonete Líquido Antisséptico desenvolvido para mamães e papais, com conta 0,3% de clorexidina, eliminando 99,99% dos micro-organismos. É indicado para a limpeza eficiente das mãos das mamães e dos papais antes dos cuidados com o bebê.

Baby Love/Divulgação

Loção Hidratante Suave Neutro e Bebê Love Sabonete Líquido Antisséptico

As mudanças em publicidade infantil no YouTube

ESPECIALISTAS OPINAM SOBRE A NOVA POLÍTICA DE PROTEÇÃO INFANTIL DO YOUTUBE, QUE TEM PODE RESULTAR EM MENOR ARRECADAÇÃO DOS CRIADORES DE CONTEÚDO NA PLATAFORMA

O órgão regulador comercial dos Estados Unidos, a FTC, em 2019 anunciou com base na investigação de privacidade de crianças *on-line*, que iria aplicar uma multa de US$ 170 milhões ao YouTube. O episódio não só está determinando mudanças globais no serviço do Google, como também deve ter amplo impacto em plataformas digitais de modo geral, criadores de conteúdo e anunciantes. Por essa razão, muitos criadores de conteúdo em vários países têm se mostrado contrários às novas diretrizes.

De acordo com os dados da Tubelab, empresa especializada em métricas e análise de conteúdo digital, conteúdos infantis postados na plataforma tem tido audiências muito superiores a conteúdos adultos no Brasil, até 300% mais altas que a média dos demais vídeos. Hoje o público infantil representa um terço da audiência mundial.

O que dizem os especialistas

Fred Furtado, CEO da Tubelab, revela alguns pormenores desta nova política do YouTube: "A plataforma está sofrendo uma profunda transformação no que tange ao público infantil e agora solicitará aos criadores que classifiquem cada um de seus vídeos direcionados a crianças menores de 13 anos, com o objetivo de gerenciar seus conteúdos de acordo com a lei americana, considerada o padrão da indústria no que tange a proteção de crianças na internet."

No que tange ao mundo fora da internet, Felipe Pacheco Borges, sócio institucional do escritório Nelson Wilians & Advogados Associados, aponta que estas mudanças são importantes para a sociedade: "É necessário que o debate sobre a publicidade infantil seja realizado com base em duas premissas basilares: por um lado, a proteção inexorável dos interesses indisponíveis da criança e, por outro lado, a consideração dos aspectos econômicos envolvidos em tal modalidade, já que há geração de empregos, renda – muitas vezes até familiar – e, do ponto de vista da utilidade, ainda pode ser utilizada apenas com finalidade educacional, sem lucro."

A dupla de irmãos *youtubers*, Luccas e Felipe Neto

Fred Furtado, CEO da Tubelab, revela alguns pormenores desta nova política do YouTube

Fotos: MF Press Global/Divulgação

No campo jurídico, na opinião do Dr. Sergio R. R. Vieira, Sócio Diretor da Nelson Wilians Advogados, a legislação deve se moldar a realidade: "O fato é que as redes e mídias sociais são a realidade atual e não é viável tentar aplicar uma legislação de uma outra época e outro contexto ao presente momento Devemos sim preservar direitos fundamentais, individuais e indisponíveis, contudo, estando sempre atentos as mudanças sociais, culturais e tecnológicas".

Debate com a sociedade

O especialista Felipe Borges também aponta que muito além da opinião dos influenciadores digitais e da própria plataforma digital, este é um debate mais amplo que contempla toda a sociedade; "Um exemplo claro da necessidade de debate sobre o tema é a consulta pública promovida durante todo o mês de fevereiro de 2020 pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública. A questão que está sendo posta à sociedade é justamente a criação de ferramentas para maior controle desta modalidade de publicidade, sem que haja a necessidade de uma proibição total pura e simples. Neste ponto, as plataformas digitais serão o maior desafio".

A publicidade digital terá novas regras

Segundo Fred Furtado, agora quando um criador classificar seu vídeo como "adequado para crianças", ele sentirá algumas mudanças que afetam diretamente a forma como poderá trabalhar com aquele material: "Anúncios personalizados (com base em dados comportamentais) são removidos, os comentários estarão desativados, *likes* ou *dislikes* também não estarão disponíveis, o canal não poderá receber doações e os seguidores não receberão mais notificações. O impacto dos novos regulamentos do YouTube é de extrema importância devido ao estreito relacionamento que existe entre as crianças e a plataforma."

O lado dos criadores de conteúdo

Desde que as mudanças, diversos criadores de conteúdo se mostraram insatisfeitos, publicando vídeos em seus próprios canais e redes sociais, devido a significativa queda na receita gerada pelos seus vídeos que essas mudanças podem acarretar. Eles até entraram com uma petição no Change.org com e esperam alcançar 1 milhão de assinaturas.

Dr. Sergio R. R. Vieira, Sócio Diretor da Nelson Wilians Advogados, opina que a legislação deve se moldar a realidade

Disney FROZEN
Kit Liquidificador
Micro Ondas
Faz barulho e acende a luz
Kit Praia
Kit Batedeira
Sanduicheira
Faz barulho e acende a luz
Máquina de Lavar
Faz barulho e acende a luz
Geladeira
Faz barulho e acende a luz
Disney MINNIE MOUSE
Faz barulho e acende a luz
Ferro de Passar
Espirra água de verdade
Cafeteira
Faz barulho, acende a luz e sai água de verdade
Tábua de Passar e Ferro de Passar
O Ferro espirra água de verdade
Micro Ondas
Faz barulho e acende a luz
Máquina de Lavar
Faz barulho e acende a luz
Kit Praia
Kit Batedeira
Carrinho de Compras
Kit Liquidificador
angeltoysoficial
angeltoysoficial
Angel Toys
CE-BRI/IQB 4115.NM 300/2002 - OCP 0006
A Angel Toys reserva-se o direito de possíveis erros de digitação. As imagens são mostradas apenas com a finalidade ilustrativa podendo variar em cores, medidas e padrões. Os itens podem ser retirados da linha conforme duração do estoque.

ADIJOMAR®

25 Anos

www.adijomar.com.br

Super Lançamento

FAZENDINHA Adijomar

/adijomarbrinquedos

goldoni ©