Revista Brincar®

QUATRO ESTAÇÕES

Ano X • Nº 53
R$ 8,50

FEIRA ABRIN

EXPOSIÇÃO BRASILEIRA SE CONSOLIDA ENTRE AS MAIORES DO MUNDO

EMPRESA

LONG JUMP MOSTRA DIFERENCIAL COM CONCEITO MARKETING COMPANY

LICENCIAMENTO

'HORA DE AVENTURA' É ATRAÇÃO DO CARTOON NETWORK MAIS ASSISTIDA NA TV

ESPECIAL

EMPRESAS FOCAM EM LANÇAMENTOS PARA O DIA DOS NAMORADOS

GIOVANNA VAMPESI

REVELAÇÃO NO UNIVERSO MUSICAL, CANTORA MIRIM GRAVA SEU 1º. CD

EDITORIAL

Os países integrantes do bloco Mercosul são os últimos do mundo, exceto China e outros asiáticos, a produzirem brinquedos. Esta situação se deve ao fato de que historicamente fabricamos há mais de 80 anos e este processo de industrialização está no DNA dos brinquedeiros deste lado do planeta.

Nesse sentido, a indústria nacional de brinquedos está importando peças dos países do Mercosul na tentativa de baratear os produtos nacionais. A medida tem ajudado o setor a combater a concorrência com os produtos chineses. Em 2012, segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), as importações da China tiveram queda de 3,8%.

A medida faz parte do programa de complementação industrial acordado pelo país com Argentina, Paraguai, Uruguai e Venezuela, que começou a ser colocado em prática em 2010. Entre as peças e componentes que têm sido importados estão cabeças de boneca fabricadas no Paraguai e cabelos de boneca da Argentina. Com a intensificação da importação dos países do Mercosul, os brinquedos brasileiros devem ficar cerca de 2,5% mais em conta para o consumidor final, segundo a Abrinq.

De acordo com Synésio Batista da Costa, presidente da Abrinq, a importação dos componentes aumenta a produtividade da indústria nacional, porque "libera" as empresas para se dedicar a etapas mais sofisticadas da produção, como a montagem dos produtos. O último encontro entre empresários dos países do Mercosul para afinar detalhes do programa aconteceu durante a abertura da Abrin 2013, principal feira de brinquedos da América Latina e terceira em todo o mundo, realizada no mês de abril.

Cerca de 1.750 lançamentos foram apresentados na mostra por 178 expositores. A exposição recebeu a visita de 15 mil profissionais do setor - a maioria deles lojistas de vários estados brasileiros e dos países do Mercosul. Com o incremento dos negócios realizados na Abrin, que superaram R$ 1 bilhão, a expectativa da indústria nacional de brinquedos é faturar neste ano R$ 4,3 bilhões, um acréscimo de 12% em relação ao faturado em 2012.

Nessa edição da revista Brincar, o leitor vai conferir um panorama completo de como foi a tradicional feira de brinquedos, que completou 30 anos de serviços ao mercado. Informações dos lançamentos das empresas e a opinião de quem faz acontecer esse apaixonante segmento estarão nas próximas páginas.

Além da cobertura da Abrin, destacamos na matéria de capa a talentosa Giovanna Vampesi, que inicia uma promissora carreira musical como cantora e já colhe frutos de um bonito trabalho. Já no Especial Dia dos Namorados é a vez de conferir pelúcias e outros itens que empresas do setor oferecem para o dia 12 de junho. Uma matéria de licenciamento de "Hora de Aventura" vai explorar um dos desenhos mais curtidos no momento por crianças e adolescentes. Por fim, abordamos a importante questão dos livros-brinquedos importados, que são comercializados em canais de brinquedos.

Boa leitura a todos.

Os Editores

Fotos de Capa: Eduardo Gebara/Acessmidia/Divulgação (Perfil - Giovanna Vampesi); Mário Llaguno (Feira Abrin); Rafael de Freitas (Empresa -Vagner Lefort da Long Jump); Líder Brinquedos/Divulgação (Licenciamento – Hora de Aventura) e Divulgação (Especial – Dia dos Nasmorados)

SUMÁRIO

4 Giro de Mercado
Os fatos do mês

6 Perfil
Giovanna Vampesi

10 Feira Abrin 2013
O maravilhoso mundo do brinquedo

38 Empresa
Long Jump

40 Especial
Dia dos Namorados

42 Produto
Livros-brinquedos

44 Mercado
Lego, Bandeirante e Sylvanian

46 Licenciamento
Hora de Aventura

48 Novidades
Vitrine do mercado de brinquedos

50 Economia
Comércio reprova aumento da Selic

QUATRO ESTAÇÕES

José Eduardo dos Santos
Mtb 28.714

***Brincar* Nº 53**
Maio/Junho - 2013

DIRETOR DE REDAÇÃO:
Eduardo Santos

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

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

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

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

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

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

EDITORA QUATRO ESTAÇÕES E LTDA.
Redação, Publicidade e Administração
Rua Bonifácio Cubas, 199 - sala 4
CEP 02731-000
São Paulo - SP - Brasil
Tel./Fax: 55 (11) 3931-7700/ 3992-3086

VISITE NOSSA HOME PAGE
www.revistabrincar.com.br
redacao@revistabrincar.com.br

MATTEL TERCEIRIZA PRODUÇÃO DE BRINQUEDOS NA LÍDER

As lojas de brinquedos começam a vender ainda neste mês de junho itens da linha Fisher-Price, da Mattel, fabricados pela brasileira Líder Brinquedos, fundada há 20 anos por Geraldo Zinato, em Mauá (SP). Antes importados, os brinquedos voltados para a primeira infância estão entre as principais apostas da multinacional norte-americana para crescer. Segundo informações do jornal Folha de S. Paulo, inicialmente serão montados três exemplares da categoria básica e o restante da linha permanece importada da China.

A expectativa do mexicano Ricardo Ibarra, presidente da Mattel no Brasil, é comercializar cerca de 200 mil itens fabricados nacionalmente até o fim deste ano.

As bonecas Barbie e os carrinhos da linha Hot Wheels estão nos planos de nacionalização dos brinquedos da Mattel, mas ainda sem previsão. A empresa diz ter 45 fábricas no mundo, porém somente nove próprias e descarta a possibilidade de ter uma planta própria também no Brasil.

Foto: Reprodução

Fischer Price, linha de brinquedos pré-escolares, passa a ser terceirizada neste mês de junho

GOVERNO DETERMINA À MERCOTOYS RECALL DO BRINQUEDO HAPPYPHONE

Foto: Reprodução

Telefone de brinquedo foi comercializado entre janeiro e agosto de 2012

A Secretaria Nacional do Consumidor, do Ministério da Justiça, notificou em 7 de maio, a empresa Mercotoys Indústria de Brinquedos para informar aos consumidores quando será iniciado o recolhimento dos brinquedos Happyphone Ábaco, comercializados entre janeiro de 2012 e agosto de 2012. A empresa reconhece que o produto passará pela campanha de recall porque em alguns brinquedos as bolinhas podem se soltar e, se aspiradas ou engolidas, podem causar sufocamento ou asfixia em crianças.

Segundo nota distribuída pelo ministério, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) determina que o fornecedor não pode colocar no mercado de consumo produto ou serviço que apresente alto grau de risco à saúde ou segurança das pessoas. "Caso o fornecedor venha a ter conhecimento da existência de defeito após a inserção desses produtos ou serviços no mercado, é sua obrigação comunicar o fato imediatamente às autoridades e aos consumidores", diz a nota. Detalhes sobre o recall estão disponíveis no site do Ministério da Justiça.

PRINCIPAL EVENTO REGIONAL DO BRINQUEDO, SHOWBRINQ INAUGURA 2 NOVAS PRAÇAS

O evento que teve início em 2005 com apenas 5 expositores, e no ano passado chegou a contar com 114 empresas na exposição de Caruaru (PE), divulgou o seu calendário, que neste ano incluirá as cidades de Manaus (AM) e Contagem (MG), na região metropolitana de Belo Horizonte. A organização geral continua sob responsabilidade do representante comercial Manoel Ribeiro, da MIB Representações.

Confira:

Manaus - AM – 1ª edição
de 06 a 07 de Junho de 2013
Manaus Plaza (Centro de Convenções)
Av. Djalma Batista, 2100 – Pq. Dez

São Luís - MA – 3ª edição
de 03 a 04 de Julho de 2013
Luzeiros Hotéis S/A
R. João Pereira Damascena, 02-Ponta do Farol

Fortaleza - CE – 2ª edição
de 10 a 11 de Julho de 2013
Oásis Atlântico Hotels & Resorts
Av. Beira Mar, 2500 - Meireles

Caruaru - PE – 9ª edição
de 17 a 19 de Julho de 2013
Espaço Difusora (Shop. Difusora de Caruaru)
Av. Agamenom Magalhães, 444. Maurício de Nassau

Feira de Santana - BA - 4ª edição
de 24 a 26 de Julho de 2013
Spazio Eventos e Convencões
Av. Getúlio Vargas, 4000 - Bairro Sim

Goiânia - GO – 2ª edição
de 31 de Julho a 01 de Agosto de 2013
Vintage Casa de Eventos
Av. C12 (Cont. da T7), 651 - Setor Sudoeste

Contagem - MG – 1ª edição
de 07 a 08 de agosto de 2013
Centro de Eventos Fecar
R. Antonio Mourão Guimarães, 102 (praça da CEMIG) - Cid. Industrial

Os eventos regionais prometem movimentar grandes somas em dinheiro no próximo semestre para o setor de brinquedos

CASA COR APRESENTA 'O QUARTO DA BAGUNÇA', DA POLLY

Soltar a imaginação e viver o melhor dia de todos fazem parte do universo extraordinário de Polly. Com a parceria inédita entre a marca e a arquiteta Camila Rosa, a diversão e a aventura do mundo em miniatura ganham vida durante a Casa Cor São Paulo com o inusitado "Quarto da Bagunça". O espaço conceito brinca com as dimensões grandes e pequenas para mostrar aos adultos a forma como a criança enxerga o mundo.

O Projeto mostra um quarto lúdico e funcional cheio de mini detalhes por meio da nova linha Polly Wall Party. Cada detalhe dos novos brinquedos servem de inspiração para compor os elementos do espaço, como a combinação das cores alegres da marca, as peças com ventosas que permitem que os brinquedos se fixem em diferentes objetos e as estruturas que se fixam na parede tirando a Polly do chão ou da mesa e levando a brincadeira às alturas, além de inseri-la como um elemento decorativo do ambiente.

"Estamos transportando o estilo aventureiro da Polly para a Casa Cor com o objetivo de fazer o adulto se sentir uma criança novamente e poder desfrutar do mundo mágico e divertido onde tudo é possível ao lado de seus filhos", afirma a gerente de marketing da divisão girls da Mattel do Brasil, Ana Furtado.

Foto: Mattel/Divulgação

A arquiteta Camila Rosa criou seu espaço brincando com as dimensões da Polly

LEI QUE DETERMINA TRIBUTOS EM NOTAS FISCAIS ENTRA EM VIGOR EM JUNHO

Depois de diversas polêmicas a Lei Federal n° 12.741/12 entra em vigor no dia 10 de junho, determinando que os varejistas e prestadores de serviços descriminem na nota fiscal o valor aproximado correspondente à totalidade dos tributos federais, estaduais e municipais que incidem sobre os produtos e serviços.

Em fase experimental, algumas lojas de grande varejo já estão emitindo as notas com o imposto descrito de acordo com o Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário - IBPT. O especialista em direito tributário da Gaiofato Advogados, Dr. Ronaldo Pavanelli Galvão, explica que o objetivo da lei é louvável, pois esclarece ao consumidor o valor dos tributos incidentes sobre cada mercadoria ou serviço, mas por conta da complexidade do sistema tributário brasileiro, não é possível adquirir qual o valor exato inserido em cada produto.

"Para efeitos da Lei, deve ser computado o valor de sete tributos no documento fiscal e, em caso de produtos importados, mais os tributos incidentes sobre o comércio exterior, de forma separada, ou seja, sobre cada mercadoria ou serviço, que complica sobremaneira a apuração precisa dos tributos", diz Pavanelli.

No caso das varejistas que já adotam a Lei, o IBPT catalogou os produtos à venda em cada uma das redes e fez um cálculo aproximado dos impostos embutidos. Como referência, o IBPT usou a Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM - código adotado pelo governo para identificar a natureza das mercadorias. A nota fiscal informa o percentual total aproximado da soma de impostos da compra.

Os sete impostos que devem constar na nota fiscal são: IOF (Imposto sobre Operações Financeiras), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), PIS/Pasep (Contribuição para o Programa de Integração Social), Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), Cide (Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico), ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) e ISS (Imposto sobre Serviços), o que torna, portanto, inviável estabelecer um valor exato.

BRINQUEDOS ESTRELA NA TEMPORADA DE INVERNO EM CAMPOS DO JORDÃO

A criançada que passa férias e fins de semana em Campos do Jordão terá divertimento garantido no espaço de recreação que a Brinquedos Estrela, em conjunto com o seu distribuidor exclusivo no Estado de São Paulo, Broker Distribui, terão no Shopping Market Plaza. Em uma área de 40 metros quadrados, a companhia montará uma brinquedoteca repleta de jogos e kits Super Massa para os pequenos brincarem. A empresa também apresentará no local seu novo Autorama DMX, que traz a possibilidade de os pilotos mudarem de pista a qualquer momento durante a corrida. É a realização do sonho dos fanáticos por Autorama. Os competidores poderão fechar seus oponentes, bloqueá-los e fazer ultrapassagens. Em vez de apenas dois, agora até cinco carrinhos poderão participar das competições. Até os adultos vão querer disputar os controles-remotos. O espaço da Estrela no Shopping Market Plaza de Campos do Jordão funcionará de 29 de maio a 27 de julho.

Foto: Brinquedos Estrela/Divulgação

A Estrela também apresentará no Shopping Market Plaza de Campos do Jordão seu novo Autorama DMX

GIOVANNA VAMPESI: CANTORA MIRIM GRAVA SEU 1°. CD MUSICAL E JÁ TEM LEGIÃO DE FÃS

Revelação no universo musical, a menina de apenas 8 anos de idade, já está firme batalhando sua carreira e o aprimoramento para se tornar uma cantora de sucesso

Texto: Eduardo Santos

A pequena Giovanna Vampesi, que acaba de completar 8 anos, é o que se pode dizer de uma garota cheia de atitude e divertida, que contagia a todos com seu jeitinho encantador. A vontade de ser cantora surgiu bem cedo, aos cinco anos, e as cantorias no carro deram o início, quando junto ao pai, que sempre se identificou com o universo musical, começaram os planos.

Animada, falante e com um sorriso meigo no rosto, a garota se orgulha de, apesar da pouca idade, poder dizer que a boa música sempre fez parte de seu repertório e influências. Giovanna Vampesi cresceu ouvindo o melhor da música popular brasileira, além de ícones da música sertaneja, artistas com expressivas carreiras que ajudaram a emoldurar o estilo musical traduzido pela pequena.

No ano passado ela lançou o seu 1°. CD com 11 faixas, sendo sete inéditas, justamente no dia 12 de outubro, Dia das Crianças, durante o evento "Boom Kids Festival", ocorrido na Via Funchal, na Capital paulista.

Foto: Rafael de Freitas

Com músicas, como "Do Meu Jeitinho", a cantora mirim usou todo seu talento na gravação do 1°. CD

Em meio a todas as músicas do primeiro álbum, Giovanna se orgulha em dizer que é compositora de três faixas, com a participação do pai, Edvan, "Palavrinhas Mágicas", "Amigo", e "Pai, Amor Verdadeiro". Em "Palavrinhas Mágicas", por exemplo, a animação continua presente. Os tons musicais para cima dão conta de ensinar que palavrinhas mágicas desvendam senhas, inclusive, a da felicidade. Obrigado, com licença e por favor, é neste ritmo que as crianças são levadas a um mundo de descobertas e cheio de aliados na educação.

"Do Meu Jeitinho" traz, ainda, um plus pra lá de interessante. Isso porque, a garotada poderá curtir os ritmos da infância, sempre para cima e muito agitados, além de clássicos, músicas mais lentas e cheias de poesia. Os 'novos' e 'velhos' hits têm tudo para colocar todos para dançar. Algumas das músicas, que podem ser ouvidas no CD já contagiaram adultos e crianças em apresentação, para 1 milhão de pessoas, no último dia 1° de Maio, Dia do Trabalhador.

Mas como será que a pequena Giovanna faz para conciliar os estudos e a agenda de shows?

"Consigo fazer tudo que quero, como estudar e brincar e ainda fazer os shows. É muito corrido, mas acaba dando tudo certo", revela a cantora mirim que faz uma média de 4 shows e eventos por mês.

Giovanna fala saudosa da grava-

Foto: Eduardo Gebara/Divulgação

Em seu quarto, Giovanna guarda com muito carinho os inúmeros presentes que ganhou

Foto: Divulgação

O lançamento do disco foi na casa de shows Via Funchal, em São Paulo, no Dia das Crianças, do ano passado

Fotos: Rafael de Freitas

Por onde passa, a garota tem o reconhecimento do seu público e para para distribuir autógrafos

ção do lançamento do primeiro disco: "Foi muito legal, pois sempre foi o meu sonho gravar um CD. A rotina era sair da escola e ir direto para as gravações, aprendi muitas coisas."

Agora ela já se prepara para os próximos desafios da sua carreira, e diz que espera sempre poder continuar cantando, "pois é o que eu mais amo fazer."

Apesar da carreira ainda ser recente, Giovanna Vampesi já adquiriu uma legião de fãs, que a seguem nos principais eventos e nas redes sociais via internet.

"Falo bastante com os meus fãs na internet", lembra a menina. "Respondo as perguntas que eles me fazem, gosto muito de ter esse contato com as crianças que também têm um sonho como o meu."

Se com os fãs ela demonstra enorme carinho e atenção, com os amiguinhos não é diferente, principalmente na escola. "Tenho muito amigos na escola, e tenho duas melhores amigas que sempre brincamos juntas."

Na exposição ela reencontrou-se com a dupla Patati Patatá, com quem esteve no programa de TV

E em casa, ela admite que faz um pouco de bagunça, principalmente nas horas das brincadeiras: "Eu sou bastante bagunceira na hora de brincar, mas quando termino guardo tudo no lugar", garante.

Ainda sobre a vida familiar, Giovanna Vampesi diz que os pais Edvan e Maria sempre a ajudam nos deveres escolares. Ela fala que o pai trabalha em uma fábrica de bicicleta. "Até ganhei uma com o meu nome." Já da mãe ganhou um bem mais precioso ainda: "Acabei de ganhar a Heloísa, sempre quis ter uma a irmãzinha."

Como animal de estimação, ela tem a companhia de uma cachorrinha que batizou com o nome de Mel. "Ela é muito obediente", revela.

Como 'Convidada Especial' da Revista Brincar, ela pode interagir com os lançamentos apresentados na Feira Abrin

Já sobre a carreira artística, Giovanna Vampesi diz que "cantar é minha razão de viver, gosto muito de estar em cima do palco com muitas luzes e cantar para um público bem grande." Além dos palcos, a cantora mirim também já se apresentou na TV, nos programas 'Bom dia & Cia', do SBT, com o Patati Patatá , 'Hora de Brincar', da Rede Vida, com a Dani Pink, Programa Raul Gil. Ela também é lembrada por sua participação no espetáculo "Caixa de Surpresas" com dois atores do Carrossel e a apresentadora Mara Maravilha, a quem rende elogios. "Ela foi muito gentil, sempre alegre e carinhosa quando falava comigo.

Saiba mais sobre
Giovanna Vampesi

Nome Completo:
Giovanna Vampesi

Data de nascimento:
04/05/2005

Local de nascimento:
São Paulo/SP

Estuda em série e qual colégio:
4º ano - Colégio Masp

Livro que mais gostou?
"Diário de uma garota nada popular"

Trilha sonora preferida?
"Esse cara sou eu", do Roberto Carlos

Filme/Animação?
"Os Croods"

Cantor ou cantora que admira? Por quê?
Roberto Carlos, eu me inspiro desde pequena no trabalho dele.

Um sonho?
Que eu seja uma cantora cheia de fãs e que muita gente goste do meu trabalho.

Viagem que mais gostou?
Gosto muito de ir pra praia, dá pra brincar bastante no mar.

Quem são seus melhores amigos?
Duas amigas da escola.

Tem medo de alguma coisa?
Tenho muito medo de leão e cobra.

Tem alguma mania?
A minha mania é cantar.

Cor preferida?
Rosa e lilás

Um lugar que mais gosta de ir?
No shopping, cinema e meu sítio são os meus lugares preferidos

Que heroína da ficção gostaria de ser e por quê?
Eu gosto muito da mulher gato, porque ela é muito bonita e o preto combina com tudo.

fotógrafo: Eduardo Gebara
cabelo/maquiagem: Cristine Ap. Correa
produção: Alexandre Lima e Accessmidia
agradecimentos: Primeiramente a Deus, meus pais, Edvan e Maria e a toda minha equipe da minha assessoria da accessmidia, a Mari, Sabrina, Helô e Luciano, meus produtores Alexandre Lima e Eduardo Gebara e a minha prima Juliana que é a minha secretaria.

FEIRA ABRIN E O MARAVILHOSO MUNDO DA FANTASIA: O BRINQUEDO

Em sua 30ª edição, exposição brasileira se consolida como o terceiro maior evento do mundo no segmento de brinquedos

Texto: Andres Lustwerk

Presidente da Abrinq, Synésio Batista da Costa (6º da dir. p/ esq.), reunido com representantes do mercado de brinquedos do Mercosul

Há 30 anos, no dia 12 de junho de 1984, uma terça-feira, às 14h, tinha início a 1ª ABRIM - Feira Nacional de Brinquedos e Instrumentos Musicais. O evento nascia como fruto de uma parceria do atual Sindibrinquedos e a Francal, sendo realizado em conjunto com o setor de instrumentos musicais.

Hoje, três décadas mais tarde, 25 milhões de crianças nasceram e a indústria de brinquedos brasileira se consolidou, formando um mercado que em 2012 vendeu R$ 3,8 bilhões em brinquedos, um avanço de 12% com relação a 2011, segundo dados da Abrinq - Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos.

Ainda de acordo com a entidade, a própria indústria nacional recuperou em 2012 espaço ocupado pelos importados, com crescimento de 15%, atingindo 52% do mercado. Enquanto isso, no mundo, o negócio de brinquedos cresceu apenas 3%, alcançando um faturamento de US$ 77,7 bilhões.

Com papel estratégico na recuperação de parte do mercado ocupado pelos importados e após 30 anos de sua primeira edição, a Abrin 2013 movimentou mais de R$ 1 bilhão em negócios, volume equivalente a 25% do faturamento estimado pelo setor para 2013, de R$ 4,34 bilhões. O evento, realizado entre 23 e 26 de abril no Expo Center Norte (SP) e considerado o terceiro maior em todo o mundo, apresentou cerca de 1.750 lançamentos que vão abastecer o varejo durante todo o ano.

A feira foi visitada por 15 mil profissionais do setor - a maioria deles lojistas de vários estados brasileiros e dos países do Mercosul. Foram 178 empresas apresentando ao mercado novidades, entre brinquedos em geral e pedagógicos, puericultura leve e pesada, jogos eletrônicos, colecionáveis, fantasias e outros artigos.

O Brasil é um dos poucos países do mundo a manter uma indústria de brinquedos em plena atividade. Atualmente, existem no País 371 fábricas, responsáveis pela geração de mais de 27 mil empregos diretos e indiretos.

Empresários finalizam detalhes de operação comercial que visa reduzir preços finais entre países do Mercosul

Mais de 15 mil profissionais do setor, a maioria lojistas, estiveram no Expo Center Norte (SP)

Além de players do mercado nacional, diversos lojistas de brinquedos do Mercosul lotaram o pavilhão

Mesmo assim, dos brinquedos comercializados em 2012 no Brasil, 60% vieram das importações. Mas esse cenário está mudando.

Atenta aos interesses do setor, a Abrinq luta para manter a indústria nacional forte. "Com a perda de competitividade da China, o esforço dos fabricantes nacionais e as conquistas para manter o preço dos brinquedos abaixo da inflação, estimamos que a participação dos importados caia para 50% ainda neste ano e para 30% em cinco anos", aposta Synésio Batista da Costa, presidente da Abrinq.

Ito Melodia (Interprete) e Djalma Falcão (vice-presidente da União da Ilha) prestigiaram a Feira

Na abertura da feira, a Abrinq e a Escola de Samba União da Ilha assinaram o acordo de parceria para o enredo do Carnaval 2014, cujo tema - "É Brinquedo!, É Brincadeira! A Ilha Vai Levantar Poeira" – vai falar sobre o brincar. O projeto tem o intuito de proporcionar uma experiência única para os espectadores, ao lançar novo olhar sobre os brinquedos e brincadeiras, seus impactos na formação das crianças e, inclusive, no convívio em família.

Exibidos por 178 empresas, os 1.750 lançamentos devem abastecer o varejo na temporada 2013

A 31ª edição da Abrin acontece de 1 a 4 de abril de 2014.

Focos da Abrinq para 2013:

1- Controles firmes nos Portos, redução do volume e do subfaturamento com aumento do preço médio por kg;
2- A construção de um Refis nacional, um Refis paulista para brinquedos e uma linha de financiamento no BNDES, para giro e modernização;
3- Redução da alíquota de importação de partes e peças, com ampliação da lista para todas as posições tarifárias;
4- Ampliação do prazo de pagamento de tributos federais e estaduais;
5- Ações em relação à importação dos brindes e à imunidade dos livros brinquedos;
6- Aperfeiçoar a pesquisa de mercado de demanda de brinquedos.

REVISTA BRINCAR MARCA PRESENÇA NA ABRIN

Mais uma vez a Revista Brincar entrou em campo com seu time titular de profissionais para a cobertura completa da Feira Abrin 2013. O trabalho de registro de imagens, captação de informações e atendimento aos players do setor de brinquedos coroou o importante momento vivido pela tradicional feira, que completou 30 anos nessa edição.

A novidade desse ano foi a presença no estande da Brincar da pequena Giovanna Vampesi, de sete anos, que inicia uma promissora carreira musical como cantora e já colhe frutos de um bonito trabalho, após o lançamento de seu primeiro CD, "Do meu Jeitinho".

Em uma sessão de fotos, a miniartista posou com fãs e deu autógrafos, formando um verdadeiro burburinho no espaço reservado para a publicação na feira. O CD de Giovanna contém 11 faixas, divididas em releituras e inéditas. O destaque fica opor conta da música "Palavrinhas Mágicas", que procura ensinar às crianças boas maneiras e o respeito ao próximo.

Giovanna ficou encantada com o universo de brinquedos nos corredores da Feira Abrin, que foi retratado pela Revista Brincar nessa edição. De acordo com Eduardo Santos, diretor da publicação, a feira dá início a uma temporada que promete ser muito boa. "Estaremos atentos a todas as novidades que influenciam no dia a dia dos profissionais do mercado de brinquedos", comentou o profissional.

Equipe de colaboradores da Brincar durante a edição 2013 da feira de brinquedos

“BRINQUEDO EXCELENTE É AQUELE QUE PODE TORNAR O MUNDO MELHOR”, DIZ JUDITH ELLIS

Educadora de renome e designer com extensa experiência no currículo, a norte-americana Judith Ellis ministrou interessante palestra durante a Feira Abrin 2013

Para Judith, o bom design tem papel fundamental na criação de um produto que tenha capacidade de estimular, inspirar, encantar, lembrar, instruir e emocionar as crianças

Com o tema “O Papel do bom design”, Judith Ellis ampliou o conceito de design relacionando sua manifestação às diversas e intensas experiências humanas no decorrer da vida. Para ela, trata-se de uma ferramenta com grande força para mudar o mundo, principalmente o mundo da criança.

E foi nessa seara da atividade infantil que a professora, fundadora e presidente do primeiro programa mundial de bacharelado em Design de Brinquedos, que começou no Fashion Institute of Technology (FIT) no ano de 1989, em Nova Iorque, compartilhou seus conhecimentos com um auditório lotado de profissionais, com destaque para fabricantes de brinquedos e insumos, integrantes da área educacional e designers.

No conceito de Judith, o que é determinante para definir um brinquedo como excelente é aquele que pode tornar o planeta melhor. Ela diz que o brinquedo é um amigo, um sonho e transforma as crianças em heróis. Nesse sentido, na avaliação de Judith, o bom design proporciona que a criança brinque sem limite. “Isso é muito importante porque, afinal, são as crianças que vão mudar o mundo”, comenta.

Para exemplificar seu ponto de vista, Judith cita o filósofo alemão Arthur Schopenhauer. “Segundo ele, atividades da infância se tornam, mais tarde, padrões, normas e experiências subsequentes, nem sempre de maneira consciente”. Ainda no campo das citações, a renomada designer dividiu a todos uma frase atribuída a Eliel Saarinen, famoso arquiteto finlandês, que fez carreira nos Estados Unidos: “Produtos que desenvolvemos devem se adaptar às crianças e seus ambientes”.

Reforçando a importância do design para a dinâmica da sociedade, Judith explicou que essa disciplina deve nutrir descobertas e encontrar plataformas que formem pessoas responsáveis. “Como designers, podemos colaborar com a formação de pessoas melhores”, explanou.

Na linguagem não verbal do design, Judith destacou os quatro elementos e fez uma correlação com cada um. O primeiro elemento é o ar, que se compara à estética. É o que dá vida ao produto. Em seguida vem a água que, em uma analogia, é a comunicação do design. É o que diz algo ao mundo. Já o elemento terra, o terceiro, se baseia nos aspectos práticos. Por fim, vem o fogo que, no design, se relaciona com a natureza, a busca da inspiração.

Judith, que recebeu neste ano o prêmio de grande prestígio no Hall da Fama do Brinquedo durante a Feira Internacional de Brinquedos de Nova Iorque, finalizou sua palestra dizendo que o bom design tem papel fundamental na criação de um produto que tenha capacidade de estimular, inspirar, encantar, lembrar, instruir e emocionar as crianças.

Palestra teve público formado por fabricantes de brinquedos e insumos, integrantes da área educacional e designers

LONG JUMP REALIZA BONS NEGÓCIOS COM BRINQUEDOS ADORADOS PELAS CRIANÇAS

Uma das maiores importadoras e fabricantes de brinquedos do Brasil se supera na principal feira do segmento na América Latina

Na Long Jump houve a percepção de que a feira desse ano teve um público mais qualificado proveniente de outros países e regiões distintas do país

Oferecer algo diferente e que atraia a criança. Esse foi o principal objetivo da Long Jump, que apresentou mais de 20 lançamentos inusitados durante sua participação na Abrin 2013.

O Gol de Craque foi um desses brinquedos diferenciados. Trata-se de um gol eletrônico que computa pontos de acordo com a direção do chute. Na brincadeira, podem jogar até dois jogadores. Dependendo do lugar onde acerta, o jogador ganha ou perde pontos, passa a vez ou diminui os pontos na metade.

Outra atração lançada na feira pela Long Jump foi o Disco Butterfly. São maquiagens criadas especialmente para meninas e aprovadas pela Anvisa. O esmalte sai com água morna e as cores dos esmaltes têm nomes de brincadeiras de crianças (amarelinha, ciranda, adoleta, entre outras). A linha conta também com frasqueiras (em lata) em formato retangular e de coração.

"A Abrin é sempre um evento muito bom para fazer negócios. Esse ano percebemos que recebemos mais pessoas e todas muito qualificadas, vinda de outros países e várias regiões do Brasil. Foram tanto licenciadores, como fornecedores e compradores", avaliou Vagner Lefort, diretor comercial da Long Jump.

A conclusão na Long Jump para o desenvolvimento da coleção 2013 é de que as crianças de hoje querem brinquedos que contenham um desafio diferente, as faça viver experiências em grupo, superar as próprias limitações, que garantam interação com os amigos. Nesse sentido, para essa temporada a linha de brinquedos da empresa tem esse perfil.

São ingredientes que podem ser vistos em atrações com o Minigols, nova versão de pebolim da Long Jump que tem jogadores idênticos aos jogadores profissionais reais, podendo ser trocados de acordo com a preferência da criança. Ou ainda em Churrasqueira Maluca, jogo interativo e divertido em que cada jogador deve retirar ou colocar algum item na grelha da Churrasqueira com cuidado. Qualquer movimento em falso, tudo pode ir para o ar.

E se o assunto é tecnologia, destaque para os clássicos personagens Mickey e Minnie. São pelúcias com dispositivo eletrônico que repetem o que as crianças dizem e fazem movimentos com os braços. A Super Bateria da Long Jump - um tapete em formato de bateria sensível ao toque - reproduz sons iguais ao de uma bateria de verdade. Já as aguardadas Pelúcias da Universidade Monstros e Aviões da Disney, por sua vez, despontam entre os lançamentos que a criançada, sem dúvida, vai adorar.

Vagner Lefort, diretor comercial da Long Jump, exibe novidades como a pelúcia da Minnie durante a exposição

No Gol de Craque é preciso ter mira para acumular pontos

Long Jump
Rua Gomes Freire, 434 - Lapa
CEP: 05075-010 - São Paulo (SP)
(11) 3488-6666
longjump@longjump.com.br
www.longjump.com.br

SUPER LANÇAMENTOS
LONG JUMP 2013
CONFIRA!
© Disney/Pixar
DISNEY · PIXAR
UNIVERSIDADE MONSTROS
Long Jump
www.longjump.com.br
comercial@longjump.com.br
Tel: (11) 3488-6666

BRINQUEDOS ANJO APOSTA NA LINHA PREMIUM DE BONECAS

Empresa iniciou suas atividades em 1995 e hoje disponibiliza ao mercado brasileiro brinquedos inovadores com alta qualidade e ótimos preços

Aliar qualidade e beleza em toda a linha de produtos. Essa é a filosofia da Brinquedos Anjo e que foi fielmente retratada por meio de seus 40 lançamentos exibidos durante a Abrin 2013, oportunidade em que a empresa firmou ótimos negócios para a temporada.

A principal aposta da fabricante de Laranjal Paulista (SP) em sua 16ª participação na feira foi a apresentação da Linha Premium - Coleção Addara. São bonecas confeccionadas com os mais altos índices de qualidade, tendo como diferenciais o cabelo, roupas e sapatos. A boneca fala 51 frases e vem em uma caixa linda para dar de presente. Os olhos das meninas vão brilhar ao conferir essa coleção.

Pensando em reunir toda a família, outra novidade apresentada pela Brinquedos Anjo foi o Jogo de Argolas, uma atração diferenciada e inovadora. O jogo pode ser levado pela família para diversos locais: em casa, no campo ou mesmo na escola. Destaque para a versão Princesas, que contém 22 peças e desenvolve a coordenação motora. É diversão na certa para todos.

Já visando o desenvolvimento afetivo das pequenas, a coleção Little Angel Papinha e Bercinho chega com tudo e deve agradar em cheio a garotada. Confeccionadas em vinil, as bonecas são fofinhas e feitas para as crianças interagir o tempo todo.

A linha de bonecas Addara caprichou no modelito. É uma ótima opção de presente para meninas antenadas à moda

Outros lançamentos da Anjo: Coleção Little Angel Papinha/Bercinho e o Jogo de Argolas Princesas

Entre a grande diversidade de itens oferecidos ao mercado, destaque ainda para os jogos fabricados em polietileno que trabalham os aspectos criativos e intelectuais. "Nossos lançamentos tiveram grande aceitação, por isso consideramos a feira excelente", comenta João Gilberto Ghiraldi, diretor da Anjo Brinquedos.

Ghiraldi explica que a empresa investe constantemente no treinamento de sua equipe e no desenvolvimento de novos produtos. Porém, revela que continua sendo pressionada pelos chineses, devido à grande quantidade de produtos importados que entram no país. "Isso mesmo com todos os esforços da Abrinq na tentativa de equilibrar essa balança", ressalta o diretor.

Com um parque industrial de 10 mil m2 e 200 funcionários, a Brinquedos Anjo possui um volume de produção mensal que atinge 250 mil peças. No total, a companhia tem um portfólio de 120 produtos, com destaque para bonecas, bonecos, brinquedos de vinil, licenciados e soprados.

Brinquedos Anjo
Transformando sonhos em sorrisos!

Brinquedos Anjo
Rod. Marechal Rondon, km 180,6
CEP: 18500-000 – Laranjal Paulista (SP)
Tel./Fax: (15) 3383-9988
vendas@brinquedosanjo.com.br
www.brinquedosanjo.com.br

Brinquedos Anjo®
Transformando sonhos em sorrisos!

ADDARA
UM SONHO DE BONECA

Fala 51 Frases

Inovação foi o que nos motivou a lançar a " LINHA PREMIUM" da Brinquedos Anjo para o mercado, começando com a coleção ADDARA, bonecas feitas com os mais altos níveis de Qualidade e Beleza.

CAIXA ADDARA PRESENTEÁVEL

PABX: (55 15) 3383-9988 - Site: www.brinquedosanjo.com.br

BONECA DA STEPHANY VERSÃO CAMPONESA É DESTAQUE DA BBRA

Empresa, que lançou também as linhas de bonecas Emília e Meu Bebezão, planeja investir em maquinários e desenvolvimento de produtos no 2° semestre

Um dos maiores complexos industriais de brinquedos do Brasil, Grupo BBRA teve um crescimento de 15% nessa edição da feira ante 2012

Plantar, cultivar e colher são atividades lúdicas que as crianças adoram realizar, devido ao contato com a natureza. Algumas instituições de ensino já perceberam esse gosto dos pequenos e pequenas e os estimulam a mexer na terra, tal qual os camponeses.

Pensando nisso, a BBRA apostou em uma novidade que promete encantar as meninas: a boneca Stephany Camponesa. Um dos principais lançamentos entre as 27 novidades apresentadas pela empresa durante a Feira Abrin 2013, a versão da tradicional boneca tem um metro de altura, vem vestida de camponesa e explora, além da beleza, o aspecto da natureza, tão importante na formação das crianças nos dias de hoje.

Boneca Stephany: um metro de altura e exaltação à natureza

Outro brinquedo lançado que ganhou evidência na mostra foi a boneca Emília. Com 70 cm de altura, composta de tecido e cabeça de vinil, ela vem com elástico nos pés e nas mãos para serem fixados nos pés e mãos da criança, permitindo uma brincadeira interativa.

Já o Bebezão, mais um lançamento da BBRA, é considerado o maior bebê do mercado. Possui 80 cm de altura e vem todo em vinil, tendo o corpo macio em tecido. São duas versões de roupinhas: luxo e simples.

"A Abrin proporciona fortalecimento e abertura de relacionamentos comerciais e deles surgem grandes negócios ao longo do ano, não necessariamente durante a feira", diz Audir Queixa Giovani, diretor comercial da BBRA. "Essa edição foi melhor que a de 2012, pois tivemos um acréscimo de 15%, o que representa cerca de 5% do nosso faturamento anual", completou Audir.

Com duas fábricas no Estado da Bahia, a BBRA surgiu da junção de três marcas, em 2010: Baby Brink, Rosita e Acalanto. São 260 funcionários (1°semestre), que produzem, em média, 100 mil peças mensalmente.

O Grupo é um dos líderes do clássico mercado de praia e uma das maiores indústrias de brinquedos do Brasil. Tem 70 escritórios de representação por todo território nacional e mais de 6 mil pontos de vendas no Brasil e em outros países da América Latina. "Temos 100 produtos no catálogo e nossa meta é crescer, de uma forma geral, 10% sobre 2012", finaliza Audir Queixa Giovani.

Com 80 centímetros de altura, as bonecas "Bebezão" são consideradas os maiores bebês do mercado

A licenciada Emília capricha na interação com a criança

BBRA
Rua Djanira Maria Bastos, 1000 - Bairro Caji
CEP: 42700-000 - Lauro de Freitas - BA
Tel./Fax: (71) 2106-3036
bbra@bbra.com.br
www.bbra.com.br

BRASKIT ANUNCIA NOVA LINHA HELLO KITTY

Empresa comemora bons resultados com a licença da famosa gatinha e agora estuda investir em marca voltada para os meninos

Referência na linha de tocas para crianças, a fabricante de brinquedos Braskit apresentou durante a Abrin 2013 uma grande novidade que promete agitar o mercado de brinquedos. Trata-se de uma das licenças mais conhecidas em todo o mundo e que desperta a paixão das meninas há quase 40 anos: a gatinha Hello Kitty.

"Acreditamos que o licenciamento de uma franquia tradicional, como é o caso da Hello Kitty, será muito importante para alavancarmos nossas vendas", disse Valeska Yeh, coordenadora de marketing da Braskit. Serão 15 itens da empresa estampados com a charmosa gatinha, personagem criado pela empresa Sanrio, em 1976.

Voltada para crianças de 2 a 6 anos, a linha com a licença engloba três tipos de tocas (Tradicional, House e Praia), além de Kits de Bolinha e de Poltrona Inflável, Casinha Encantada, Castelo dos Sonhos, Colete Inflável, Boia Circular e de Braços, Piscina de Bolinhas, até os itens Bebedouro e Relógio Hora Legal.

O diretor André Yeh e a coordenadora de marketing Valeska Yeh destacam a Toca Pirata

Se depender do interesse percebido durante os quatro dias da feira de brinquedos, o sucesso comercial dos produtos da gatinha com traços humanos e dos demais lançamentos é certo. "Tivemos um aumento de cerca de 10% na visita de profissionais do setor em nosso estande com relação ao ano passado", revela Valeska.

Braskit contabilizou um aumento de cerca de 15% na visita de profissionais do setor em seu estande com relação ao ano passado

A coordenadora de marketing ressalta ainda que, além do fator tradição, pesou na escolha da licença Hello Kitty o fato da personagem não sofrer com os efeitos da sazonalidade, pois está sempre em evidência. "No momento, já estamos estudando uma licença voltada para os meninos", conta Valeska Yeh.

Entre outros lançamentos apresentados na Abrin 2013 pela Braskit, destaque para as linhas Toca Pirata, Toca 5 em 1, Massinha Divertida, Super Locomotiva, Jump Dance, Garota Fashion (3 versões), Mini Cozinha da Princesa, Horti Fruti (Frutas e Legumes), Bonecas Lucy Patinadora, Fashion e Esportista, além de outras novidades.

Com tantas inovações, a Braskit tem como meta na temporada 2013 crescer 15% sobre o ano passado. "Este ano está melhor que 2012 e, além disso, o lançamento da linha Hello Kitty está gerando grande expectativa em nossos clientes", finaliza Valeska.

De acordo com os profissionais da Braskit, linha da Hello Kitty foi aprovada pelos clientes

Braskit Brinquedos
Estr. de Santa Isabel, 6.009
CEP: 08586-260 – Itaquaquecetuba (SP)
Tel./Fax (11) 4649-6646 /4649-6388
braskit@braskitbrinquedos.com.br
www.braskitbrinquedos.com.br

COTIPLÁS: TECNOLOGIA, DESIGN E QUALIDADE EM 24 LANÇAMENTOS

Empresa conta com um portfólio de mais de 100 brinquedos distintos e um volume de produção de 500 mil unidades por mês

Veterana em participações na Abrin, Cotiplás fechou vários negócios e expôs suas novidades ao mercado

Em sua 19ª participação na feira Abrin, a tradicional fabricante nacional Cotiplás deixou claro mais uma vez toda a capacidade que tem em lançar brinquedos de alta qualidade, fruto de constantes aportes em sua planta industrial situada em Laranjal Paulista (SP).

A companhia investe anualmente cerca de R$ 30 milhões em infraestrutura, além de contar com o talento de renomados designers espanhóis para esculpir suas bonecas, que representam cerca de 80% do portfólio da empresa. O resultado pôde ser visto nos 24 lançamentos realizados durante a exposição de brinquedos.

"Sempre buscamos empregar tecnologias e inovações para contemplar o mercado. Procuramos atender nossos clientes e parceiros com um prazo preciso, oferecendo um produto cada vez melhor", comentou Paulo R. Bazzo, diretor de desenvolvimento, criação, projetos e marketing da Cotiplás.

Destaque entre as novidades, a linha de bonecas Charmosa Look chega em duas versões para encantar as meninas. A primeira é a boneca Look Chapinha, que vem acompanhada da própria chapinha de cabelo e um óculos de sol. A chapinha acende uma luz, permitindo à criança brincar com muito mais realismo.

Já a segunda versão é a Look Glitter, que vem com tatuagens e glitter, acessórios usados na própria boneca ou ainda no caderno, mochila e tênis das pequenas. A tatuagem com glitter adere em qualquer superfície seca e a criança fica encantada por estar fazendo uma tatoo, como se fosse de verdade. "O resultado é fantástico", diz Paulo Bazzo.

As bonecas representam cerca de 80% do portfólio da fabricante

Os licenciados da Cotiplás também fizeram bonito na feira. A linha Winx 2013, das fadinhas do desenho animado homônimo, veio composta com diversos acessórios em temas variados. Destaque para Love & Pet, Magical Hair, Believix Magical Hair Fairy, Fashion Fairy e Enchantix Fairy, entre outras. Já a Boneca Fiz Dodói, por sua vez, aparece ainda mais macia em vinil e tecido com

O diretor Paulo Bazzo acredita que esse ano será ainda melhor do que 2012 para a companhia

módulo de som que transmite o cuidado da criança com seu bebê.

Apesar de ter sentido uma forte queda no movimento com relação a presença de profissionais do setor de brinquedos de outros estados, em função das feiras regionais que acontecem por todo o Brasil, a Cotiplás fechou muitos negócios na Abrin 2013 e registrou um crescimento de 30% sobre a edição anterior. "O mercado está um pouco instável devido à alta inflação.Mas acreditamos que este ano será melhor do que 2012", afirma Paulo Bazzo.

Cotiplás Brinquedos
Rodovia Marechal Rondon, km 179,6
CEP: 18500-000 – Laranjal Paulista (SP)
Tel: (15) 3383-9100
www.cotiplas.com.br

IMPACTO DE LICENÇAS E LANÇAMENTOS GARANTEM SUCESSO DA NIG

Empresa lançou na Abrin 32 novos produtos entre licenças e marca própria

NIG comemora 50 anos de Mônica com novidades

Entre as principais novidades apresentadas pela NIG Brinquedos na Abrin 2013 estão os oito produtos da Linha Turma da Mônica: Amarelinha, Tapete e Quebra-cabeças de 24 peças em EVA; Panelinhas, Garrafinha e Fogãozinho com som; Grudi Grudi Banho e Quebra-cabeças 4 x 1 Turma da Mônica Baby. Além disso, a linha Carrossel também chamou a atenção com 12 produtos, com destaque para Mesinha e Lousinha de Madeira e a linha de Quebra-cabeças em madeira.

"A Abrin 2013 surpreendeu por ter sido uma feira "vendedora", diferente de várias edições anteriores. Como o evento aconteceu no final de abril, o cliente estava mais receptivo para realizar seus pedidos naquele momento; não havia outras datas conflitantes de vendas", opinou Roberto Cardeña, diretor da NIG Brinquedos.

O desempenho da fabricante também foi alavancado pelo impacto de outras licenças fortes, como Chaves, e a reestruturação comercial pela qual a empresa passa este ano.

Na área de produção, a companhia já fechou contrato com Chiquititas e pretende lançar oito novos itens da marca para o Dia das Crianças.

Nig Brinquedos
Trevo da Rodovia SP 332
CEP14270-000 - Sta. Rosa de Viterbo - SP
Tel.Fax:(16) 3954.8080
nig@nigbrinquedos.com.br
www.nigbrinquedos.com.br

XALINGO LANÇA BRINQUEDOS EDUCATIVOS E LINHA PLAYGROUND

Empresa é uma das poucas que participaram das 30 edições da Feira Abrin

Com importantes parcerias firmadas, foi uma das melhores participações da fabricante sulista na Abrin nos últimos anos

Brinquedos com atividades diferenciadas que priorizem o design, estimulando as crianças ao mundo da fantasia e às brincadeiras ao ar livre. Essa é a proposta da linha de playground da fabricante Xalingo, que destacou na última Feira Abrin três novidades nesse segmento: Casinha Play House; Casa na Árvore e Parquinho de Atividades.

Com um total de 78 lançamentos, a empresa de Santa Cruz do Sul (RS) exibiu no evento diversos produtos licenciados e deu foco especial aos brinquedos educativos, que representaram 70% das novidades. Chamou a atenção a linha de quebra-cabeças Minha Escolinha, em que a criança aprende nomes de animais, separar sílabas, soletrar vogais, números em inglês, horas no relógio e nome das cores.

Fabricando 350.000 peças ao mês, com 500 funcionários e uma linha de 650 produtos na unidade de brinquedos, a Xalingo investe constantemente em capital humano e maquinários. Somente no último ano, o parque fabril foi ampliado em 14 mil m². "Nossa participação na feira, a trigésima, foi muito positiva. Foram fechadas parcerias importantes", declarou Tamara Campos, supervisora de marketing.

Xalingo Brinquedos
BR 471 Km 129
CEP: 96835-642 – S. Cruz do Sul (RS)
Tel./Fax: (51) 3719-9813/3719-1009
xalingo@xalingo.com.br
www.xalingo.com.br

COM PRODUTOS LICENCIADOS DISNEY, ZIPPY TOYS MARCA TERRITÓRIO NO MERCADO DE BRINQUEDOS

Jovem importadora planeja crescer 40% no ano em que vai inaugurar um novo centro de distribuição em São Paulo

Foram 58 lançamentos exibidos pela Zippy Toys nessa edição da Abrin que agradaram em cheio aos clientes da empresa

São apenas quatro anos de mercado e a terceira participação na Feira Abrin. Apesar do pouco tempo de atividade, os resultados positivos já começam a aparecer. Pertencente ao grupo Mimo Importação e Exportação, que atua no segmento de utilidades domésticas, a Zippy Toys foi fundada em 2009 e desde então vem ganhando espaço no mercado de brinquedos.

Com um portfólio de 124 produtos que vão desde instrumentos musicais do Mickey e Jogo de Chá Princesas, passam por Barraca Casa Spider Man, até Diário Mágico Barbie e Doki Descobre, entre outros, a importadora aposta cada vez mais em licenciados de qualidade e anuncia para este ano 58 lançamentos para renovar as prateleiras do mercado varejista de brinquedos.

"A Zippy Toys procurou em seu terceiro ano de Feira Abrin satisfazer a necessidade do mercado e dos seus consumidores, importando produtos de qualidade e rigorosamente certificados", destacam Raphael Casanova, coordenador de marketing e Regina Baronian, gerente comercial da Zippy Toys.

Os profissionais revelam que os licenciados representam 95% dos brinquedos da Zippy Toys e que a Disney responde por 75% de todos os itens em linha da empresa. "Tratamos nossos clientes como parceiros comerciais e surgimos como uma importante opção para produtos importados licenciados Disney", completa Ana Paula Barbosa, supervisora de vendas da Zippy Toys.

Os profissionais da importadora destacaram a barraca Avengers, uma das principais apostas para a temporada

Durante a Abrin deste ano, a companhia teve importantes contatos, que refletiram em um crescimento de 20% em relação a 2012. Entre os lançamentos, destaque tanto para a linha de barracas Avengers como a de Fadas, que têm como principal característica o sistema pop-up , fácil de limpar e guardar.

Outra novidade no estande da Zippy Toys foi o Pet Vip Glamour. Trata-se de uma figura colecionável, voltada para a moda. Cheia de charme e muito estilosa, a atração é toda fashion e estimula a criança a ter cuidados com sua aparência. Também agradou os clientes que estiveram na exposição o Carrinho de Feira Minnie. Com um simples clique, o carrinho da famosa ratinha se transforma em um carrinho de supermercado.

Com o mercado em expansão, a empresa prevê para 2013 um crescimento de 40% em seu faturamento. De acordo com Raphael Casanova, pensando em ter um melhor poder de negociação com os fornecedores, a Zippy Toys encontrou a formação ideal de grupos de lojistas de brinquedos. "Os importadores, para continuarem competitivos com os fabricantes nacionais, devem manter a qualidade dos produtos, ter preços competitivos, além de oferecer sempre um diferencial", receita Casanova.

Raphael Casanova, coordenador de marketing, e Ana Paula Barbosa, supervisora de vendas, exibem novos produtos

Zippy Toys
Avenida Otaviano Alves de Lima, 109
CEP: 02501-000 – São Paulo (SP)
Tel./Fax: (11) 3787-4400 / 4433
comercial@zippytoys.com.br
www.zippytoys.com.br

BRASILFLEX LANÇA OFICIALMENTE A LINHA APITA BRASIL 2013

Empresa é pioneira em minibrinquedos e tem um linha completa de produtos de época, com mais de mil itens

Graziela Mason, diretora comercial da Brasilflex, que exibiu 42 lançamentos na feira

Emoção, vibração e alegria não vão faltar para a torcida brasileira, que já faz contagem regressiva para o início da Copa do Mundo de Futebol a ser disputada em solo nacional em 2014.

Para a festa ficar completa durante os jogos da seleção já na Copa das Confederações deste ano, a Brasilflex lançou oficialmente na Feira Abrin a linha Apita Brasil 2013, que inclui cornetas e apitos pra lá de divertidos.

No total a empresa apresentou na exposição 42 lançamentos, com destaque para as bolhas de sabão do filme Iron Man 3 e Dora. Já as novas pistolas à fricção que soltam bolhas de sabão vieram numa linha completa com oito personagens.

"A Abrin deste ano foi muito positiva com bom fluxo de compradores e visitantes", destacou Eliana Mason, diretora comercial da Brasilflex. A profissional completa dizendo que o mercado de brinquedos está em fase de retomada. Por isso, ela vê boas perspectivas de negócios. "Pretendemos trabalhar muito e trazer diversas novidades durante o ano", finaliza.

Brasilflex
Rua Sebastião de Moraes, 244 - B. do Limão
CEP: 02551-100 – São Paulo - SP
Tel: (11) 3959-1100
brasilflex@brasilflex.com.br
www.brasilflex.com.br

FABRICAR BRINQUEDOS DE QUALIDADE ESTÁ NO DNA DA LIDER

Com 430 referências em brinquedos, companhia apresenta 50 lançamentos que vão fazer a alegria da criançada

Ao completar 25 anos de atividades, Lider manteve a tradição e teve um estande lotado de clientes

Imagine uma atração que tenha mais de 1 milhão de DVDs oficiais vendidos, três discos de platina e mais de 500 milhões de visualizações no Youtube. Isso sem contar os contratos com grandes empresas de produção artística, distribuição e licenciamento de produtos.

Se você pensou em alguma cantora pop de sucesso internacional como Madonna, Beyoncé ou Shakira se enganou. A dona desses números impressionantes é a Galinha Pintadinha, personagem de sucesso entre as crianças e que estampa diversos produtos da Lider Brinquedos, tradicional empresa do segmento que completa 25 anos nessa temporada.

Os palhaços Patati Patatá, que representam importante licença da companhia, marcaram presença durante a feira

Um dos principais lançamentos da Galinha Pintadinha exibido pela Lider durante a Abrin 2013 foi a Pirâmide Musical. Trata-se de um divertido brinquedo que auxilia a coordenação motora da criança. A cada estrela retirada ou colocada na base, é um show de luz e sons. Colocando a última peça, a Galinha Pintadinha, uma divertida música faz a alegria da criançada. A base é circular, para dar mais movimento à brincadeira.

Com um investimento constante em maquinários e capital humano, a Lider renova a cada ano sua linha pensando em atender os desejos da criançada. Na edição de 2013 da Abrin, a empresa lançou aproximadamente 50 brinquedos novos. Além da Galinha Pintadinha, outras linhas de destaque exibidas pela empresa foram os brinquedos da Barbie e Ben10. Itens licenciados das atrações Hora da Aventura, Marie e Planes também chamaram a atenção no lotado estande da Lider na feira.

Para se ter uma ideia do momento positivo que a Lider atravessa, as vendas da companhia cresceram 30% em relação à Abrin de 2012. "Vamos continuar adquirindo máquinas que otimizem nossos processos e investindo na qualificação da mão de obra contratada", conta Geraldo Zinato (Diretor Presidente).

O resultado de tanto investimento está no lançamento da linha Cozinha Fashion Barbie Chef, que inclui três itens indispensáveis para a brincadeira de todas as meninas: um Liquidificador, uma Batedeira e um Microondas. Vendidos separadamente, a linha Barbie Chef é um show de movimentos, luz, sons e muito glamour. No mesmo quesito de excelência, os meninos vão se divertir com o Lança Dardos Ben10, um super lançador com 10 dardos de EVA, com a ponta plástica.

Situada em Mauá, na Grande SP, a Lider conta atualmente com duas unidades fabris e um centro de distribuição, totalizando uma área de 43.000 m². Possui mais de 900 colaboradores e cerca de 430 referências em brinquedos.

Com sorriso estampado, Geraldo Zinato, diretor da Lider, exibe lançamentos da empresa

LIDER BRINQUEDOS

Lider Brinquedos
Est. Do Guaraciaba, 595 - Sertãozinho
CEP: 09370-840 – Mauá (SP)
Tel./ Fax: (11) 4544-1305 / 4543-5000
liderbrinquedos@liderbrinquedos.com.br
www.liderbrinquedos.com.br

BRINQUEDOS LICENCIADOS DA APOLO CONQUISTAM A CRIANÇADA

Coleção Bonecas Disney com Princesas e Minnie, além da linha Ben10, estão entre os principais destaques da empresa para a temporada 2013

Há mais de 20 anos participando da Abrin, Apolo é referência no segmento de bolas e brinquedos em geral

Meninos e meninas, preparem-se: a temporada de brincadeiras com os produtos lançados pela Apolo Brinquedos promete grandes emoções. Fantasia, criatividade e diversão são os ingredientes garantidos nos 55 novos itens apresentados pela tradicional fabricante durante a Feira Abrin 2013.

Os meninos, por sua vez, não ficam atrás em termos de aventura. O Foguete Bolhas de Sabão - Ben10 é pura emoção. A criança posiciona o foguete no chão, coloca o líquido para bolhas, pisa na bomba e o brinquedo lança diversas bolhas.

Outro destaque que chamou a atenção no estande da Apolo durante a Abrin foi a Mochila com Acessórios – Penélope Charmosa. O produto vem com carrinho para puxar e levar onde a criança quiser. Além disso, tem acessórios de beleza, para deixar toda menina mais linda ainda.

Com uma planta fabril de 18.000 m² localizada em Itaquera (SP), a Apolo participa da Abrin há mais de 20 edições. "Realizamos neste ano bons negócios durante a feira e esperamos um crescimento exponencial em relação à Abrin 2012", afirma Geraldo Zinato, Diretor da Apolo Brinquedos.

Fundada em 1969, a Apolo Brinquedos completa na temporada 44 anos de atividades no segmento de bolas e brinquedos. Foi incorporada ao Grupo Lider Brinquedos em 2005, passando a representar parte significativa da produção de bolas em EVA do grupo. Possui 60 representantes comerciais e mais de 6.000 pontos de vendas ativos.

Com mais de 500 colaboradores, a empresa possui em linha cerca de 400 skus com destaque para: bolas, vinil e EVA, bonecos, brindes, brinquedos a pilha e fricção, de montar, de plástico, de praia, de piscina de bolinhas, injetados, licenciados, musicais, para primeira infância, para ar livre, para equilíbrio corporal, soprados, carrinhos, instrumentos musicais infantis, jogos e prancha de surf, entre outros.

Geraldo Zinato, diretor da Apolo, demonstra item licenciado do Flamengo, clube de maior torcida no País

O Foguete Bolhas de Sabão Ben10 é pura emoção

Na linha de clubes de futebol, a Apolo lançou a mesa com cadeira infantil para atividades recreativas. A mesinha possui compartimento com divisórias para guardar materiais e a cadeira vem com assento giratório 360°

Apolo Brinquedos
Rua Hisaji Morita, 341 – Itaquera
CEP: 08260-130 – São Paulo (SP)
Tel.Fax: (11) 2521-8100
apolo@apolobrinquedos.com.br
www.apolobrinquedos.com.br

BONECA QUE CONTA CLÁSSICO INFANTIL É DESTAQUE DA SUPER TOYS

Lançamentos com dispositivos eletrônicos e minibonecas colecionáveis fazem sucesso durante a Abrin 2013

Clientes ficaram satisfeitos com os novos produtos apresentados pela Super Toys para a temporada 2013

"Assustada, Cinderela saiu a correr deixando para trás um pequenino sapato de cristal. O príncipe pegou no pequeno sapato e decidiu que havia de casar com a dona do sapatinho".

Em um dos principais lançamentos da Super Toys para a temporada 2013, a Boneca Helena Conta História narra trechos com esse contexto do clássico conto infantil da pobre menina que sofria nas mãos de sua malvada madrasta e de suas duas filhas invejosas.

Apostando na interação com as meninas, a boneca Helena conta História narra clássicos contos infantis

"A boneca lançada faz parte da estratégia de empregar tecnologias com dispositivos eletrônicos em nossos produtos para ganharmos fatias de mercado", diz Felipe M. Bazzo, gerente geral da Super Toys, que pertence ao Grupo Cotiplás. A novidade, fabricada em vinil macio e perfumado, vem com uma lapela com o texto para a criança acompanhar e vai, sem dúvida, encantar todas as meninas.

Em seus 11 anos de atividades no mercado de brinquedos, a fabricante de Laranjal Paulista (SP) contabiliza a nona participação na Feira Abrin. Nessa ocasião lançou, além da boneca Helena Conta História, outros 13 produtos. "A feira foi ótima, tivemos muitas oportunidades de novos negócios", contou Felipe.

Felipe, Thiago e Fabrício Bazzo, diretores da Super Toys, consideraram a feira uma ótima oportunidade para novos negócios

Entre as novidades demonstradas, chamou bastante a atenção de profissionais do setor a boneca Baby Faz Xixi com cabelo, que vem com uma mamadeira e uma fralda. Já a boneca Ballerina chega em um display com seis unidades e é colecionável, para alegria das garotas. Também foi destaque a Bebê Matrakinha com cabelo. Ela fala 60 frases e vem com o corpo de enchimento. Todos esses lançamentos são perfumados e produzidos em vinil macio.

Fundada em 2002, a Super Toys se destaca na produção de bonecas. Outros itens, como carrinhos, representam 20% do portfólio da marca que atende às demandas das classes C e D. No total a empresa possui 78 produtos em linha e em seu parque fabril há 200 funcionários que produzem, em média, 200 mil brinquedos por mês.

Apesar de considerar o atual estágio do mercado um pouco instável devido à alta inflação, Felipe Bazzo revelou que houve um crescimento de 30% na participação da empresa na Abrin 2013 em comparação à edição passada. "Nosso foco está sempre em agradar o cliente, desenvolvendo constantemente novos produtos e apostando na criatividade", finaliza Felipe.

Super Toys
Rod. Marechal Rondon, km 178,8 – Galpão 3
CEP: 18500-000 – Laranjal Paulista (SP)
Tel./Fax: (15) 3283-1797 / 2310
supertoys@supertoys.com.br
www.supertoys.com.br

Super Toys
É muito mais brinquedo!
Lançamento 2013
Nova embalagem, nova boneca, nova roupa
e novo modelo com cabelo.
60 Frases
Matrakinha

FEIRA “VENDEDORA” É MARCO PARA TEMPORADA PROMISSORA

Na opinião dos expositores, clientes estiveram bastante receptivos e realmente foram às compras nessa edição

Com a apresentação de cerca de 1.750 lançamentos que vão abastecer o varejo durante todo a temporada 2013, a Feira Abrin cumpriu o papel de vitrine do mercado de brinquedos e deu a largada para a geração de negócios entre os players do setor. Foram exibidos brinquedos em geral e pedagógicos, puericultura leve e pesada, jogos eletrônicos, colecionáveis, fantasias e outros artigos. Confira a seguir as principais novidades de alguns participantes do evento.

Com um total de 18 lançamentos, número expressivo de itens de acordo com o tamanho da empresa, a exposição foi para a BS Toys a melhor entre todas em que esteve presente até hoje. “Isso tanto institucionalmente quanto pelas vendas realizadas na ocasião”, comentou a coordenadora de vendas da BS Toys, Andréia Bergamo.

Cajovil lançou itens como a Banheira Urso e copo antivazamento com canudo

Com uma linha de 78 itens e 200 funcionários, a BS Toys caprichou nos lançamentos para a temporada. Destaque para os Kits Box, que são bauzinhos em que as crianças guardam os brinquedos. As versões Praia, Ferramenta, Panelinha e Beleza vão encantar a garotada.

Já no carro-chefe da BS Toys, que são as motos, a novidade ficou por conta da Evolution, que chega em uma versão de 48 centímetros, 10 centímetros maior do que o modelo anterior, campeão de vendas nos últimos anos.

A Cheirinho de Amor, da Milk Brinquedos, tem o poder de surpreender as pequenas, tanto por sua beleza como pelos recursos que oferece. A boneca tem um lindo cabelinho e fala 62 frases distintas. Concebida toda em vinil e tecido, a novidade vem acompanhada por uma mamadeira mágica, que funciona da seguinte maneira: quando a criança dá a mamadeira, o leitinho vai sumindo.

E não foi só a Cheirinho de Amor que despertou as atenções no estande da Milk. Dentre os 15 lançamentos realizados pela empresa este ano, mereceu destaque o “Meu Nenezão”, além da IL Capriccio Collezione, uma linda coleção de bonecas com quatro modelos diferentes. Todas são super macias e 100% em vinil, além de virem com cheirinho de morango.

“Para nós foi uma boa feira em termos de negócios, já que tivemos um aumento nas vendas com relação ao ano passado de cerca de 20%”, disse Ricardo Medeiros, do departamento de marketing da empresa. “Além disso, houve muitos contatos positivos, como sempre”, complementa Ricardo, que confirmou ter sido a 21ª participação da Milk na tradicional feira.

A Biemme do Brasil produziu e apresentou suas novidades em brinquedos para o ano de 2013 a fabricante tem como principais destaques em sua linha os brinquedos elétricos e elétricos motorizados. No atual portfólio conta com um total de 30 produtos, sem contar a variação de cores, em que chamam a atenção jeep, triciclos, tratores, motos elétricas e também a linha de Primeira Infância.

Em sua sétima participação na feira, a empresa fez ótimos negócios com clientes de todo o Brasil, o que representou um crescimento de 35% em relação a 2012.

Paulo Roberto Martins, diretor da Duk Toys, com o Furious Adventure, linha que ganhou também os modelos Fire e Defender

itens de puericultura leve, como copos de treinamento e colher de silicone. Ao todo lançou mais de 25 novos produtos. Destaques para a Banheira Urso 24L e o Copo antivazamento com canudo e tampa retrátil 330ml.

“Essa foi a nossa primeira participação na Abrin e fomos surpreendidos positivamente com os resultados. Além dos nossos clientes de todo o Brasil que nos visitaram, fizemos também muitos contatos internacionais e tivemos a oportunidade de fechar muitos negócios”, disse Maurício Caetano, Head de Vendas e Marketing da Cajovil.

Pensando na dificuldade de algumas crianças no processo de alfabetização, a Carlu apresentou durante a Abrin brinquedos para auxiliar no tratamento fonaudiológico dos pequenos.

Destaque para o Jogo Discriminação Auditiva e Treino Articulatório. São 10 quebra-cabeças com vocábulos para exercícios fonaudiológicos. Tem por

Cláudio De Camillis, diretor comercial da Hasbro, apresenta a nova versão do boneco Furby

Já a Carlu apresentou brinquedos que auxiliam no tratamento fonoaudiológico dos pequenos

objetivo treinar discriminações auditivas (sons surdos/sons sonoros) e treino articulatório de arquifonemas e grupo consonantais. Estimula a coordenação motora e a concentração das crianças. A partir de 4 anos.

Também chamou atenção na linha da Carlu o Jogo Discriminação Auditiva com Treino da escrita. Trata-se de um excelente jogo para desenvolvimento da percepção auditiva, treinamento articulatório de arquifonemas e grupos consonantais. A partir de 5 anos.

Raposa que adivinha o animal em que a criança está pensando, robôs que dançam conforme a música, cachorrinho de pelúcia que parece de verdade, Autorama que permite ultrapassagens e troca de pista, a volta do Aquaplay e do Vire a Mesa, bonecas-brigadeiro, muitos zumbis e uma linha de jogos voltados para adultos com mais de 45 anos. Estas foram algumas novidades que a Estrela apresentou na Abrin.

Um dos principais destaques ficou por conta da Academia da Mente. Uma linha voltada para pessoas acima de 45 anos e com foco principalmente na terceira idade. Os produtos da linha foram desenvolvidos com o respaldo de um comitê científico formado por profissionais do Hospital das Clínicas. Ela traz desafios que aprimoram funções de linguagem, atenção e memória. Em outras palavras, são jogos amigos do cérebro.

Para quem gosta de velocidade, a atração da Estrela foi o Super Autorama DMX. É a realização do sonho dos fanáticos por Autorama. Os pilotos podem mudar de pista a qualquer momento durante a corrida. Os competidores poderão fechar seus oponentes, bloqueá-los e fazer ultrapassagens.

Como todos os anos, a Hasbro trouxe muitas novidades para o setor. No total, foram mais de 100 lançamentos apresentados na Abrin. Os destaques desta edição foram: Furby, em versão mais tecnológica; linha Twister Rave, inspirada no tradicional jogo Twister; e a linha FurReal, com a macaquinha Mika, Pet do Ano.

Germano Brandino, diretor geral da Intek Toys Brasil, destacou os lançamentos da linha Barbie

“A Abrin sempre cria grandes opor-

Luiz Marconi Junior, gerente nacional de vendas da Maptoy, com a Locomotiva Maluca Beep Beep

tunidades de negócios. Mais uma vez, a feira estava bem estruturada e nesta edição recebeu 15 mil profissionais do setor. Essa movimentação de lojistas de vários estados brasileiros e de países do Mercosul gerou resultados positivos em vendas e possibilitou a criação de relacionamento para viabilização de novos negócios", disse Denise Ledoux, gerente de grupo de produto Meninas e Jogos.

Para ela, o mercado brasileiro de brinquedos apresenta grande potencial de crescimento. "Nosso objetivo é reforçar ainda mais nossa presença nesse segmento com atuação mais próxima do lojista e do consumidor. Traremos cada vez mais novidades para atender a demanda de um público que está cada vez mais exigente, conectado e ávido por diferenciais", explicou Denise .

Eduardo Saddemi, presidente da Biemme, ao lado do Jeep Desert, um dos lançamentos da sua linha de brinquedos elétricos e elétricos motorizados

Na Abrin 2013, a Intek Toys apresentou 44 produtos da linha Barbie, Monster High, Hot Wheels e Hello Kitty. Os principais lançamentos foram a Caixa Registradora, My Fab Pets e a Linha Glam Hair, que são kits com necessáires, acessórios para cabelo e penteado, todos com licenciamento da Barbie.

A Caixa Registradora da Barbie é um brinquedo que vem com calculadora de verdade na tela, teclas para registro de seções de compra e compartimento para guardar cédulas, moedas e tickets usados nas brincadeiras. Já a linha Glam Hair Barbie traz kits compostos por necessáires, pentes, acessórios para cabelo e um aparelho para incrementar penteados. São três opções de kits para a garotada escolher: Linha Glam - Barbie Tranças Fabulosas (com aparelho para fazer tranças), Linha Glam - Barbie Cristais Fashion (com aplicador de strass) e Linha Glam - Barbie Mechas Mágicas (para aplicação de mechas coloridas).

A Intek Toys é uma multinacional presente em mais de 70 países e acaba de instalar no início do ano o seu escritório no Brasil. Para este ano, o objetivo da empresa é ampliar a sua presença no mercado brasileiro de brinquedos. "No nosso primeiro ano de operação no país, queremos trazer 45 produtos de um universo de mais de 215 itens", comenta Germano Brandino, diretor geral da Intek Toys Brasil.

A Long Jump apresentou mais de 20 lançamentos diferentes e interessantes. O Gol de Craque foi um deles. Trata-se de um gol eletrônico que computa pontos de acordo com a direção do chute. Na brincadeira, podem jogar até dois jogadores sensíveis ao toque/som de apito, torcida e efeitos especiais. Dependendo do lugar onde acerta, o jogador ganha ou perde pontos, passa a vez ou diminui os pontos na metade.

Outra atração lançada na feira pela Long Jump foi o Disco Butterfly. São maquiagens criadas especialmente para meninas e aprovadas pela Anvisa. O esmalte sai com água morna e as cores dos esmaltes têm nomes de brincadeiras de crianças (amarelinha, ciranda, adoleta, entre outras). A linha conta também com frasqueiras (em lata) em formato retangular e de coração.

"A Abrin é sempre um evento muito bom para fazer negócios. Esse ano percebemos que recebemos mais pessoas e todas muito qualificadas, vinda de outros países e várias regiões do país. Foram tanto licenciadores, como fornecedores e compradores", avaliou Vagner Lefort, diretor comercial da Long Jump.

A Maptoy destacou como principais lançamentos durante a Abrin as linhas Truck Blocks, Bombeiro Escada, Bombeiro Pipa, Locomotiva Maluca Beep Beep, 3 Kits Divertidos e Jog Peg. No total foram oito lançamentos.

No Truck Blocks, lançamento de maior sucesso na feira, pode- se brincar em qualquer lugar, estimulando a criatividade da criança. O brinquedo foi muito bem aceito por visitantes da área pedagógica, devido aos seus blocos de montagem grandes e impossíveis de serem engolidas. Além disso, suas cores alegres e infantis e o formato arredondado do caminhão sem pontas vivas e janelas não vazadas, que impedem as crianças de machucarem suas mãozinhas, também agradaram.

"Em nossa quinta participação na feira, crescemos cerca de 30% com relação ao ano passado. Para nós, os dois primeiros dias foram os melhores. Mas, no geral, a feira foi importante para a realização de contatos, parcerias estrangeiras e troca de experiências", comentou Tassiana Totini, do departamento de marketing da empresa.

A linha de playground da Rinke Toys fez sucesso na exposição

A marca de produtos para cuidados maternos Philips Avent participou da 30ª edição da Abrin e apresentou no estande da empresa Semaan, uma das parceiras da marca na distribuição de seus produtos, o portfólio composto por mais de 65 produtos divididos entre as categorias de alimentação infantil, copos, mamadeiras, chupetas, bolsas, babás eletrônicas, esterilizadores, extratores de leite, cuidados com os seios, entre outros, desenvolvidos para promover o bem-estar de gestantes e bebês de até três anos.

Destaque para o Extrator manual de leite com mamadeira, que traz mais conforto à mãe, pois o toque suave das pétalas de silicone proporciona uma leve pressão, que além de aliviar dores nos seios, estimula a descida natural do leite. Além de ter eficiência clinicamente comprovada, extraindo mais em menos tempo. O extrator manual Philips Avent é livre de Bisfenol A e é intercambiável com toda a linha de produtos Philips Avent.

Alexsandro Magdanello, gerente da Rotobrinq, ficou bastante satisfeito com os resultados alcançados pela empresa

Recém chegada ao mercado de brinquedos, a Rinke Toys está importando uma linha totalmente nova para o Brasil. A empresa conta com um total de 15 itens, com destaque para a Casinha Feliz, uma casinha para playground de plástico injetado. Outro produto que chama a atenção em sua linha é a Mesinha Picnic infantil dobrável, com excelente resistência e muita praticidade.

"A Feira Abrin atendeu nossas expectativas tanto pelo movimento de visitantes quanto, principalmente, pela enorme receptividade com relação aos produtos que apresentamos", declarou Eduardo Rizzo Rinke, sócio-diretor da Rinke Toys.

Para o profissional, apesar de uma certa saturação para alguns produtos, o mercado de brinquedos continua em expansão, com bastante espaço para novidades. "Acreditamos muito neste potencial para novidades e temos como objetivo para esta temporada um crescimento bastante rápido, visando marcar nossa posição como alternativa ao que o mercado oferecia até hoje", completa Eduardo Rinke.

A Rotobrinq participou pela oitava vez da Feira Abrin, ocasião em que apresentou 38 lançamentos, com destaque especial para a coleção de bonecas, animais em display e o boneco

Com um total de 18 lançamentos, a exposição foi para a BS Toys a melhor entre todas em que esteve presente até hoje

UFR. "A Abrin representa 8% do nosso faturamento e, por isso, estamos bastante otimistas com os resultados alcançados nessa edição em termos de vendas", comentou Alexsandro Magdanello, gerente da Rotobrinq.

Com instalações e ferramentaria próprias, além de um parque fabril de 1.200 m2 construídos, o objetivo da Rotobrinq para a temporada é melhorar a qualidade e o atendimento ao cliente e fornecedor. "Nossa missão é industrializar e comercializar produtos de qualidade a custos compatíveis a realidade financeira de nossos clientes", afirma Magdanello.

O diretor da Milk, Diogo Silveira Leite (esq.), ao lado do profissional de marketing, Ricardo Medeiros

Todos os produtos da Rotobrinq são certificados quanto à segurança do brinquedo por um organismo certificador acreditado junto ao Inmetro. A fabricante possui ainda um sistema de gestão da qualidade implantado que é regularmente auditado pelo organismo certificador de produto. Nesse sentido, os itens são ensaiados conforme a norma NM 300/2002 (válida para todo o Mercosul) para certificação de brinquedos.

Nos quatro dias de feira da Abrin quatorze personagens estiveram no estande da Semaan, alegrando os profissionais presentes. De Patolino e Frajola até Backyardigans e Patati e Patatá. A empresa apresentou lançamentos de 12 marcas.

Um deles foi a pelúcia da personagem Boo, com 30 centímetros, do filme Monstros SA, exclusiva da Semaan. Para o diretor comercial da empresa, Marcelo Mouawad, a feira foi um sucesso. "Mais uma vez pudemos mostrar nossos lançamentos, as tendências e ver o que o mercado está trazendo. As oportunidades de contatos e parcerias que a Abrin nos abre é sempre muito gratificante", concluiu.

Na análise da Sid-Nyl, feira superou as expectativas em termos de negócios

A Sid-Nyl preparou para essa edição da Abrin nove lançamentos: as bonecas Doce Papo, Xodozinha, Bebê Trá Lá Lá, Bebê Xixi, Fala Baby, Fala Neném, Xixi Baby, Coleção Zoo Kids e Fala Bebê.

Destaque para a coleção Zoo Kids, que tem uma boneca produzida inteira em vinil. É uma coleção que representa animais, como gato, cachorro e coelho. Já a boneca Xodozinha, outra sensação no estande da empresa, fala 22 frases, mede 28 centímetros de altura e vem apenas com a cabeça em vinil e o resto do corpo em tecido com enchimento de algodão atóxico. Seu mecanismo eletrônico chama a atenção.

"O evento Abrin, por ser um dos mais importantes do País,em que todos aguardam novos clientes, novas alianças comerciais e novos negócios, foi superior à expectativa em visitas e negociações com relação a 2012", disse o presidente da empresa, Sidnei Tomé.

A Summit/Tris lançou na Abrin uma linha de kits criativos com as licenças mais desejadas no mercado, em kits que trazem diversão, magia, criatividade, moda e aventura para as crianças. A linha de sets presenteáveis Monster High, sucesso na última temporada, voltou apresentando os produtos mais pedidos pelas meninas. Todas as opções de kits licenciados Disney e Mattel, além de grandes times de futebol, foram embaladas em formatos diferenciados e muito atrativos, divertidos e com muito charme e personalidade para estimular a imaginação dos pequenos.

Destaque para o kit Designer de Moda – Monster High. As meninas vão adorar brincar de estilistas com a novidade. Elas poderão criar looks fabulosos e sua própria coleção. Já com o Minha Casa Pink, da Barbie, as meninas vão criar uma decoração super fashion. Uma infinidade de móveis, adesivos e estampas deixarão a brincadeira muito divertida.

De acordo com Vanessa Moreno, especialista em marketing da Summit/Tris, o objetivo para a temporada é fortalecer a marca Tris dentro do setor de brinquedos, já que este ano o portfólio da empresa traz produtos ainda mais alinhados com esse segmento. "Pretendemos mostrar ao varejo novas e surpreendentes opções para os grandes momentos do ano: Dias das Crianças e Natal", comenta Vanessa.

Na Tilin chamou a atenção a quantidade de novos clientes que fecharam negócios na feira

A Tilin lançou na Abrin a coleção Tropa do Bem com produtos que ilustram a necessidade de preservação da natureza. Outra atração lançada pela empresa é a Carriola Mestre de Obra Mirim, que também foi um sucesso . Foram sete lançamentos na feira, todos com excelente aceitação.

Um dos destaques foi o Baú Resgate Animal, que é um caminhão trailer com portas e cabine articulável para que a criança possa colocar bonecos e animais. Com design moderno, ilustração e cores que remetem a vida selvagem, o brinquedo chamou a atenção de todos na exposição. Já a Carriola Mestre de Obra Mirim vem com acessórios (Pá e Capacete) e remete a realidade da construção civil para criança imitar o mundo real.

A Summit/Tris lançou na Abrin uma linha de kits criativos com algumas das licenças mais desejadas no mercado

"A Abrin 2013 foi além de nossas expectativas. Tivemos excelentes resultados tanto em vendas como possibilidades de negociações futuras. Destacamos também a grande quantidade de novos clientes que fecharam negócios na feira", conta Renato Gomes de Souza, diretor financeiro e de novos projetos da Tilin, que acredita em um crescimento mínimo de 10% da empresa para a temporada.

Participam desta cobertura da 30ª Feira Abrin-2013: Eduardo Santos (Diretor de redação), Andres Lustwerk (textos), Mário Llaguno e Rafael de Freitas (fotos)

LONG JUMP SE REESTRUTURA E BUSCA NACIONALIZAÇÃO DE BRINQUEDOS

Prestação de serviço de marketing company passa a ser o diferencial da empresa

Texto: Eduardo Santos

No momento em que completa 15 anos de atividades, a Long Jump vive um intenso processo de reestruturação interna e busca a nacionalização de sua linha de brinquedos. A empresa trabalha basicamente com três tipos de operação: fabricação de pelúcias nacionais, desenvolvimento de brinquedos no Brasil - com fabricação no exterior -, e distribuição exclusiva de itens importados.

Dentre os principais produtos comercializados pela empresa, que atua também na linha papelaria, estão as pelúcias dos clássicos personagens Mickey e Minnie, além dos Backyardigans. Também fazem sucesso a máquina de costura Ateliê Fashion, Mini Chef Sorveteria, as bonecas das princesas Disney, os Tamagochis, Choco Fondues e o Air Hogs Vectron Wave, entre outros itens. Para a Abrin (veja matéria na página 14 desta edição), a Long Jump preparou muitas novidades, dentre elas as linhas de pelúcias do filmes Universidade Monstros e Aviões. Diante do sucesso da máquina de costura, novos produtos foram acrescentados à linha Ateliê Fashion.

Vagner Lefort, diretor da Long Jump, avalia que a Abrin deste ano recebeu o dobro ou mais de profissionais de fora do Brasil. "Os 'gringos' estão aí. Argentinos, muita gente dos Estados Unidos, fornecedores da China, entre outros. A primeira vez que vejo este volume de estrangeiros, o que demonstra que a feira se tornou mais internacional", analisa Lefort.

Para ele, a visitação dos seus clientes "foi excelente. Todo mundo que tinha que ir, foi. O nosso estande estava muito chamativo, bastante colorido. Ficou agradável para as pessoas visitarem", fala orgulhoso.

Lefort diz que os lançamentos atingiram as expectativas. "Não houve assim um crescimento, mas foi igual ao ano passado", pondera. Ele arrisca dizer que o evento deste ano foi o melhor dos últimos 10 anos. Não com relação às vendas. E sim em termos de visitação, prospects e visitação internacional. "Digo isto em função das negociações com as empresas do exterior, que abriram a possibilidade de exportação."

O diretor analisa que o ano de 2013 trará mudanças às empresas. "O 1°. semestre já começou assim porque algumas empresas mudaram o seu jeito de trabalhar. E isso mexeu no nosso faturamento", analisa. "Tem sido um ano bastante duro. Estamos trabalhando, lancei muita coisa nova, ideias inovadoras, conceitos novos. Vamos trabalhar mais nacional e menos importado. Vou diminuir a importação e aumentar a fabricação dentro do Brasil. Continuamos prospectando novas licenças."

Foto: Rafael de Freitas

Vagner Lefort, da Long Jump, fala que o mercado está mais profissional e exige mais especialização do distribuidor na prestação do serviço

Reestruturação interna

Sobre a reestruturação interna que a sua empresa está passando, Lefort diz que ainda falta um pedaço. Para ele, há muitas épocas na vida que é preciso se fingir de morto. E ao fazer isso não é um ano para sair alçando vôos. "Se você faz uma licença nova, não vai fechar com uma grande empresa lá fora e querer fazer um grande projeto. Não acho que seja um ano bom para isso. Esse é um ano para se ser ponderado, revela."

A seguir, o diretor da Long Jump dá um depoimento ao editor da Revista Brincar, Eduardo Santos, em que fala sobre as mudanças do mercado de brinquedos e da importância do trabalho de marketing company executado pela Long Jump.

"O que está mudando no mercado de brinquedos é a relação de como se dará a importação e o tipo de produto que vai ser colocado na gôndola. O item em si vai mudar um pouco de perfil e a quantidade de mãos em que ele passa. Digo a quantidade de intermediários deverá diminuir, pelo menos pela metade.

O que acontecia antes é que após ser idealizado, o produto era feito numa fábrica e passava depois por um tipo de distribuidor. Quando chegava na feira já havia passado por dois tipos de distribuidores e aumentado em 20%, às vezes 30%.

O distribuidor comprava determinado produto e tinha margem de lucro para cobrir os custos do marketing, administrativos, impostos entre outros. Eu faço a parte internacional e ainda vendo aqui para um distribuidor. E esse distribuidor paga ainda comissão para um representante. Essa gordura toda que foi gasta por passar de mão em mão, isso vai mudar muito. Vai reduzir e ser mais direta. O lojista vem pulando etapas. Nem que ele traga um produto não tão adaptado, nem que ele tenha que investir mais, nem que encalhe. Porque em função da quantidade de revendas que existe, de 'A' para 'B', de 'B' para 'C" e a quantidade de impostos que nós temos aqui no Brasil, o preço tem se tornado inviável. Nosso brinquedo já custa de duas a três vezes o que custa nos Estados Unidos.

Nos Estados Unidos, o imposto é outro e a cadeia é muito menor. E também, lá, está um pouquinho mais na frente, já que a loja compra direto. Ou seja, Toys "R" Us compra do fabricante. Os lojistas brasileiros têm se organizado e vêm procurando fazer cada vez mais. Os lojistas poderiam se organizar em cooperativas, grupos de compras. Isso é uma tendência: buscar a redução de preços ou aumento de margem de lucro.

Cada empresa tem o seu valor e a Long Jump está trilhando este novo caminho, decodificando o produto. Quando compramos, ele vem 'in natura'. Mas na hora de vender, fazemos com que ele possa ser comercializado no Brasil, com o jeito dos brasileiros. Esse é o trabalho de uma marketing company. "Ou você oferece alguma coisa que realmente faça a diferença ou então vai sumir.

Neste novo processo, a disponibilidade de estoque, seja do lojista ou do distribuidor, tende a ficar cada vez menor. Antes, um distribuidor como nós era interessante porque trazia uma grande quantidade e o lojista tinha facilidade, porque vinha e comprava. Só que hoje sai muito caro fazer isso. Hoje, pra mim, o ter estoque é 'criminoso'.

Atualmente, procuramos trabalhar de uma maneira que, para fazermos a diferença no cliente, operamos como uma marketing company. Nesse modelo, realmente oferecemos um serviço ao cliente. Um exemplo: se você simplesmente colocar um produto na prateleira (mostra uma máquina de costura elétrica chinesa), ele tem um determinado valor agregado. Já quando você coloca no mercado um item com todo um conjunto de acessórios e produtos, como DVD's que ensinam as meninas, treinamentos, que acompanham essa linha, aí ele vira um produto diferenciado. Vender Isso é uma coisa (mostrando a máquina 'in natura') e vender isso é outra (mostrando o produto repaginado). Isso é uma marketing company.

Por exemplo: é importante para a Disney, uma companhia como a Long Jump, que trabalha como uma marketing company e faz o desenvolvimento de uma linha no Brasil, de acordo com a cultura do mercado brasileiro. É um trabalho paralelo ao lançamento de um filme da Disney, por exemplo. Isso não vai ser feito por uma loja. Não basta trazer o item e colocar na prateleira da loja. Tem todo um conjunto de ações a ser feito. Aí sim, vou distribuir para a loja. Depois vem a campanha do filme, qual vai chegar primeiro, que modelagem será, tamanho, entre outros fatores. Eu padronizo isso em todo o Brasil. Dessa forma, aqui estão alguns itens produzidos no Brasil e outros que são importados. Esse é o meu trabalho. Esse é o tipo de empresa que deve sobreviver.

A Long Jump presta um serviço a mais para o mercado. Eu peguei agora e desenvolvi o Pato Donald. Para a gente vender tem todo um marketing feito em cima do lançamento do Pato Donald. Outra coisa: você faz uma linha de maquiagem, precisa de ANVISA. Um magazine ou a Ri-Rappy, PB Kids, eles não têm condições de ver que ações são necessárias para colocar um item desse à venda. Por isso, precisam de uma marketing company.

Além da linha Disney, a Long Jump tem também outros produtos à venda como marca brasileira da série Makakids, que é um item ecológico com todo um trabalho de licença. Mais uma vez, isso é uma marketing company que faz. A mesma coisa com 'Bananas de Pijama'. Na linha de estações, que se vende determinados itens para determinados períodos do ano, é necessário realizar um trabalho de desenvolvimento. O produto precisa estar centralizado. O revendedor tem dificuldade de fazer isso, porque não dá tempo de importar, não dá tempo de colocar anúncio.

A complexidade no desenvolvimento do negócio possibilita à Long Jump prestar um serviço. É aí que eu entro com as licenças. Porque eu consigo juntar e inserir a licença ao produto. Separar um produto genérico, que é simplesmente um item de pintar, e inserir uma licença. É quando o valor agregado é o que importa. Mudo esse valor agregado, pois aí vem anúncio na televisão, anúncios pagos em encartes ou o desenvolvimento do próprio produto.

Isso aqui (mostra o pebolim dos times) tem um trabalho para colocar no mercado. Entendeu o marketing company? Aquela empresa que simplesmente importava, que trazia e distribuía sem agregar serviço nenhum, essa ficou para trás. Porque agora o lojista vai lá e compra direto. Trazia uma maquininha de costura daquela, tudo em chinês, colava uma etiqueta para traduzir e achava que estava tudo resolvido. Sem assistência técnica, sem suporte nenhum. Hoje o mercado também está mais exigente."

EMPRESAS FOCAM EM LANÇAMENTOS PARA O DIA DOS NAMORADOS

Pelúcias de personagens consagrados, além de pantufas e chinelos divertidos são apostas de players que têm atuação no segmento infantil

Texto: Andres Lustwerk

Quem já não ouviu dizer que a maior parte das vendas do mercado de brinquedos se concentra no final do ano, entre o Dia das Crianças e Natal? Pensando em quebrar um pouco essa sazonalidade, empresas do mercado de brinquedos trabalham linhas específicas para datas especiais do calendário e visam equilibrar os ganhos ao longo da temporada.

Considerada a terceira data mais importante do varejo no Brasil, o Dia dos Namorados é uma das apostas não só dos brinquedeiros, mas de quem atua no segmento infantil. Neste ano, as vendas para o dia 12 de junho devem surpreender positivamente o comércio, principalmente o setor de shopping centers. Essa é a expectativa da Associação Brasileira de Shopping Centers – Abrasce, que estima alta de 12% nas vendas por conta da celebração.

O otimismo para a data tem como principal motivo o número de shopping centers em operação no País e sua variedade em opções de presentes. Aproveitando a situação, a Long Jump lança uma linha temática de Pelúcias Disney para o Dia dos Namorados e espera um crescimento de 30% na venda desses mimos, em comparação ao ano passado.

Tamanho otimismo se deve aos itens especiais que a empresa apresenta para a temporada, como as pelúcias Mickey e Minnie Gift, que vem com saquinho porta-presentes e lata, além da Gata Marie com Coração, Stitch e Angel Apaixonados, Bean Bags Clássicos Disney com Coração, entre outros presentes que vão encantar os apaixonados.

Que menina não gosta de ganhar de presente uma Gatinha Marie com Coração?

"Temos um planejamento estratégico de focar em lançamentos específicos para datas comemorativas do ano, como Páscoa, Dia dos Namorados, Halloween e Natal. O Dia dos Namorados, por exemplo, representa 10% para a empresa", revela Vagner Lefort, diretor da Long Jump.

Os clássicos Mickey e Minnie sempre encantam os namorados

O diretor explica que os produtos dessa linha são procurados tanto por homens quanto mulheres de todas as idades. Ele esclarece ainda que outras pelúcias comercializadas pela empresa também são ideais para presentear nessa data.

A Ricsen dispõe de vários produtos que remetem ao "Dia dos Namorados". Além da linha de pelúcias compostas por bichos temáticos, a empresa possui uma série completa de pantufas em 3D com personagens clássicos, funny e divertidos. Para os namorados mais "sérios", a linha tradicional de chinelos da empresa é uma boa pedida.

"Este ano, os lançamentos ficam por conta da linha de produtos licenciados da Rovio, com as pantufas e chinelos Angry Birds, além dos clássicos da Disney, como Mickey Mouse & Friends, Gata Marie e a Hello Kitty, com sapatilhas e pantufas", revela Thiago Richter Senden, gerente de marketing da Ricsen.

Pelúcias Stitch e Angel Apaixonados são opções da Lung Jump

O profissional destaca ainda como uma boa opção a linha de cama da empresa. É o caso do HUG - Manta com Mangas -, um produto desenvolvido para os dias de frio, em que é possível vestir o cobertor com praticidade, conforto e elegância.

Para Thiago, o Dia dos Namorados é uma data muito atrativa para a Ricsen, pois remete ao início do inverno, quando a coleção sazonal de frio atinge o pico de vendas. "Trata-se da terceira data mais importante do varejo. Por isso, exploraramos nossos produtos em pontos comerciais estratégicos, como lojas de presentes, quiosques de shopping, além da nossa tradicional rede calçadista", comenta o gerente de marketing.

Chinelos da linha Angry Birds também cativam os casais apaixonados

Pantufas Angry Birds, Gata Marie e Hello Kitty, da Ricsen

Personagens clássicos nas pantufas e chinelos da Ricsen

Com público-alvo direcionado para uma faixa etária de 15 aos 30 anos, a Ricsen pretende atingir também um público acima desta faixa, já que a data coincide com o inverno, o que remete a compra dos produtos para o frio. "Com todos esses fatores, nossa expectativa é superar as vendas, em média, de 8% com relação a 2012", finaliza Thiago.

Os ursinhos da Buba Toys são uma ótima pedida

Também da Buba Toys, a coleção de sapinhos apaixonados vem a calhar para os namorados

A Buba Toys apresenta sua coleção Dia dos Namorados cheia de itens graciosos para fazer a cabeça dos apaixonados. São pelúcias de alto padrão, feitas para encantar. Entre as opções, destaque para a coleção Urso Biluzinho. Nas cores creme, branco e bege, o urso tem 60 centímetros. Já o urso Cartinha do Amor tem 28 centímetros e vem acompanhado de um envelope enfeitado com coração.

A coleção Dia dos Namorados da Buba Toys ainda conta com sapinhos divertidos, girafas simpáticas e abelhinhas graciosas. Tudo para tornar o dia ainda mais apaixonante.

RÉPLICAS DE PERSONAGENS PARA AGRADAR O AMADO

Reunir o Batman, Thor e Predador em um mesmo ambiente pode parecer algo improvável. Não para quem coleciona réplicas de personagens. Se a ideia é agradar a quem tem esse hobby, a linha da Piziitoys, empresa referência na América Latina do ramo colecionável, pode ser um ótimo presente para qualquer ocasião e, por que não, para o Dia dos Namorados.

A Piziitoys trabalha com as empresas mais conceituadas no mundo em réplicas de personagens, sendo alguns produtos extremamente limitados, com certificados e número de série, na maioria das vezes réplicas perfeitas recriadas. "Para o Dia dos Namorados, temos ótimas opções de colecionáveis", comenta Renan Orenes, diretor da Piziitoys.

Colecionáveis da Piziitoys: presentes para qualquer ocasião

BRINK BOOKS FAZEM SUCESSO EM LOJAS DE BRINQUEDOS

Um dos destaques no segmento dos livros-brinquedos é a Editora DCL, que está no mercado há mais de 40 anos

Texto: Andres Lustwerk

Fundada em 1967, a Editora DCL atua no segmento de literatura infantil e juvenil. Com o objetivo de transformar o Brasil por meio da educação e democratizar o acesso a livros de qualidade, a empresa comercializa diversas categorias de livros, como Literatura, Coleções, Culinária, Atlas, Dicionários, Disney, HQ, Religiosos, Infantis, entre outros.

Presente em feiras de livro de caráter internacional, como a feira de Frankfurt, é no segmento infantil que a DCL vem ganhando importantes fatias de mercado por meio dos brink books. São produtos que, além das clássicas histórias infantis, contam com outros atrativos para os pequenos, como as versões que vêm com CDs musicais, além de outras acompanhadas de quebra-cabeças.

Além das clássicas histórias infantis, brink books possuem outros atrativos, como as versões de desenho e pintura

Entre os locais de comercialização desses produtos, destaque para livrarias especializadas e as próprias lojas de brinquedos, como Ri-Happy, PB Kids, entre outras. Atualmente, os brink books são importados, mas a empresa não deixa de cogitar a fabricação nacional. "Estamos saindo de um status de distribuidor para um de desenvolvedor de produtos, que podem ser fabricados no Brasil ou não. E isto vai depender dos custos envolvidos nesta fabricação, obviamente", diz Raul Maia, diretor da DCL.

Com relação à questão dos livros-brinquedos entrarem no Brasil com impostos de importação zerados por serem considerados livros e terem vantagens comerciais sobre brinquedos cartonados fabricados no Brasil, Raul Maia acredita que os fabricantes nacionais têm que mirar o governo, como a CBL - Câmara Brasileira do Livro fez para a desoneração do livro, que têm essa condição baseada na legislação nacional (veja box ao lado). "O livro que a gente vende tem o objetivo de despertar a percepção da criança em relação ao mundo que ela vive de forma positiva. Então, o brinquedo também poderia ser visto desta maneira", opina Maia.

De acordo com Synésio Batista da Costa, presidente da Abrinq - Associação Brasileira do Fabricantes de Brinquedos, a entidade vai combater com unhas e dentes a comercialização de livros-brinquedos que entram no Brasil com impostos de importação zerados. Segundo Costa, a lei permite a importação de livros para a educação e não para brinquedos disfarçados de livros. "Não faremos nenhuma concessão e não permitiremos que essa situação continue", comentou.

O presidente da Abrinq disse ainda que já começou a se articular para interromper esse tipo de comércio mas, ao ser questionado sobre o que a associação vai fazer efetivamente, ele não quis revelar nenhum detalhe.

LEGISLAÇÃO DE LIVROS QUE INGRESSAM NO BRASIL.

Lei nº 10.753, de 30 de outubro de 2003
DOU de 31.10.2003
Institui a Política Nacional do Livro.
Alterada pela Lei n o 10.833, de 29 de dezembro de 2003.
O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I
DA POLÍTICA NACIONAL DO LIVRO
DIRETRIZES GERAIS

Art. 4 o É permitida a entrada no País de livros em língua estrangeira ou portuguesa, imunes de impostos nos termos do art. 150, inciso VI, alínea d , da Constituição, e, nos termos do regulamento, de tarifas alfandegárias prévias, sem prejuízo dos controles aduaneiros e de suas taxas. (Redação dada pela Lei nº 10.833, de 29.12.2003)

Veja a o resumo a seguir:

1. Introdução

De acordo com a Política Nacional do Livro, instituída pela Lei nº 10.753/2003, considera-se como livro a publicação de textos escritos em fichas ou folhas, não periódica, grampeada, colada ou costurada, em volume cartonado, encadernado ou em brochura, em capas avulsas, em qualquer formato e acabamento.

Vale lembrar que são equiparados a livros os:

a) fascículos, publicações de qualquer natureza que representem parte de livro;

b) materiais avulsos relacionados com o livro, impressos em papel ou em material similar;

c) roteiros de leitura para controle e estudo de literatura ou de obras didáticas;

d) álbuns para colorir, pintar, recortar ou armar;

e) atlas geográficos, históricos, anatômicos, mapas e cartogramas;

f) textos derivados de livro ou originais, produzidos por editores, mediante contrato de edição celebrado com o autor, com a utilização de qualquer suporte;

g) livros em meio digital, magnético e ótico, para uso exclusivo de pessoas com deficiência visual;

h) livros impressos no Sistema Braile.

2. Conceitos

Atualmente a venda de livros não se restringe unicamente às livrarias. É comum a sua comercialização em diversos lugares, tais como supermercados, bancas de jornal, terminais rodoviários, Internet etc., e também por pessoa física autônoma.

Para esse efeito, a Política Nacional do Livro conceitua da seguinte maneira as pessoas que atuam no mercado de livros:

a) autor: a pessoa física criadora de livros;

b) editor: a pessoa física ou jurídica que adquire o direito de reprodução de livros, dando a eles tratamento adequado à leitura;

c) distribuidor: a pessoa jurídica que opera no ramo de compra e venda de livros por atacado; e

d) livreiro: a pessoa jurídica ou representante comercial autônomo que se dedica à venda de livros.

Notas

(1) As pessoas jurídicas que exerçam as atividades descritas nas letras "b" a "d" poderão constituir provisão para perda de estoques, calculada no último dia de cada período de apuração do IRPJ e da CSL, correspondente a 1/3 do valor do estoque existente naquela data, na forma que dispuser o regulamento, inclusive em relação ao tratamento contábil e fiscal a ser dispensado às reversões dessa provisão (Lei nº 10.753/2003, art. 8º, alterado pela Lei nº 10.833/2003).

(2) Na editoração do livro, é obrigatória a adoção do Número Internacional Padronizado, bem como a ficha de catalogação para publicação. Referido número constará da quarta capa do livro impresso.

3. Incidência da COFINS e do PIS-PASEP

De acordo com a Lei nº 10.865/2004, art. 28, ficam reduzidas a zero as alíquotas da Cofins e da contribuição para o PIS-Pasep incidentes sobre a receita bruta decorrente da venda no mercado interno de livros, conforme definição do item 1.

Ressalte-se que a Solução de Consulta nº 74/2006, da SRRF da 10º RF, esclarece que a receita bruta auferida no mercado interno relativa à venda de apostilas didáticas, de cadernos de exercícios elaborados por diversos professores e/ou autores, assim como aquela proveniente de livros pré-montados pelo contribuinte e impressos em gráficas, também está sujeita à alíquota zero das contribuições.

Contudo, o CD-ROM de áudio utilizado como suporte ao ensino de idiomas, que é vendido em conjunto com o livro impresso, não é equiparado a livro, nos termos da Lei nº 10.753/2003; portanto, não se lhe aplica a alíquota zero (Solução de Consulta nº 105/2006 da SRRF da 7º RF).

Observe-se que, em relação à importação de livro, a alíquota aplicável também será zero, conforme disposição da Lei nº 10.865/2004, art. 8º, § 12, XII.

Nota

De acordo com a Lei nº 10.753/2003, art. 4º, é permitida a entrada no País de livros em língua estrangeira ou portuguesa, imunes de impostos, nos termos do CF/1988, art. 150, VI, "d", e nos termos do regulamento, e de tarifas alfandegárias prévias, sem prejuízo dos controles aduaneiros e de suas taxas.

QUER ACERTAR SEU PÚBLICO ALVO SEM DISPERSÃO?
PÕE SEU ANÚNCIO AQUI !
HÁ 9 ANOS, O VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DIRETA DO SETOR DE BRINQUEDOS.
ANUNCIE NA BRINCAR.
QUATRO ESTAÇÕES
TEL.: (11) 3931-7700
publicidade@editora4estacoes.com.br

BRINQUEDOS BANDEIRANTE APRESENTA LANÇAMENTOS DA COLEÇÃO 2013 EM SHOWROOM

Aproveitando o grande fluxo de compradores, visitantes da feira Abrin, a Brinquedos Bandeirantes preparou seu showroom, localizado na avenida Vila Ema, em São Paulo, para receber os visitantes e mostrar as suas novidades.

Os lançamentos da empresa este ano foram divididos por categorias: triciclos, patinetes e bicicletas, veículos elétricos, puericultura e bonecos.

Um dos destaques da Coleção 2013 é o Triciclo BMW Passeio, lançado sob licenciamento da montadora alemã. Outra novidade na linha de triciclos são o Mototico Barbie Passeio e o Mototico Hot Wheels Passeio. Ampliando sua linha de licenciados com a marca Princesas, a empresa está lançando dois modelos inspirados no universo mágico da Disney, o Patinete Princesas Disney e a X-Bike 14" Princesas Disney. Na linha de brinquedos elétricos, um dos destaques da Brinquedos Bandeirante é a Moto Sport Barbie. Na linha de puericultura, a empresa está relançando o Smart Baby, que vem agora equipado com assento reclinável e três funções: passeio, andador e primeiros passos. Para ampliar seu portfólio de bonecos colecionáveis em vinil, a Brinquedos Bandeirante apresenta a versão gigante de personagens do cinema (Batman) e do universo infantil (Ben 10) com tamanhos entre 40 e 55 centímetros.

Boneco Batman gigante é uma das apostas da Brinquedos Bandeirante para a temporada 2013

Atuando há 61 anos no mercado brasileiro, a Brinquedos Bandeirante é especializada na criação, desenvolvimento e produção de brinquedos sobre rodas e bonecos colecionáveis. Em 2012, a empresa faturou R$ 285 milhões e para 2013 projeta crescimento de 16%.

Com previsão de lançar 55 produtos neste ano, empresa investe em licenciamentos e na ampliação de suas linhas

Fotos: Brinquedos Bandeirante/Divulgação

MINIATURAS SYLVANIAN FAMILIES PASSAM A TER OPERAÇÃO PRÓPRIA NO BRASIL

Fotos: Epoch Magia/Divulgação

Linha Sylvanian Families chega ao Brasil repleta de novidades

Epoch Magia - filial da Epoch Co. Ltd, fabricante japonês de brinquedos - acaba de desembarcar no Brasil e traz na bagagem sua linha mais desejada em todo o mundo, a Sylvanian Families. Criada no Japão em 1985, a marca é indicada para crianças de 3 a 8 anos. São famílias de animais em miniatura, que agem e se vestem como seres humanos.

Considerada uma coleção única por conta da riqueza de detalhes, a linha Sylvanian Families é composta por 13 famílias de pequenos animais, que contam com design premiado mundialmente. Cada boneco da linha é articulável e desenvolvido com plástico flocado, o que confere ao produto um toque macio e aveludado.

Novidades - Para iniciar suas atividades no Brasil em grande estilo, a Epoch Magia, dá um destaque especial para a Casa da Cidade com Luzes.

De acordo com Reinaldo Guerrera, diretor comercial da Epoch Magia, o grupo deve apresentar mais novidades ao longo do ano, principalmente em datas festivas, como dia das crianças e natal. "Estamos trabalhando para atingir, até final deste ano, cerca de 800 pontos de venda em todo país. Para 2014 temos planos de dobrar nossa atuação entre os distribuidores nacionais de brinquedos, e assim consolidarmos o sucesso Sylvanian Families no Brasil", afirma.

São famílias de animais em miniatura, que agem e se vestem como seres humanos

MULTILASER INAUGURA SHOWROOM PARA APRESENTAR PORTFÓLIO DE PRODUTOS E ESTRATÉGIAS DE MARKETING AOS CLIENTES

Para estreitar ainda mais o relacionamento com clientes e apresentar em primeira mão suas principais novidades, a Multilaser acaba de inaugurar um showroom de 200 m² em sua sede na Av. Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo.

O showroom consumiu investimentos de R$ 200 mil e conta com cerca de 400 produtos expostos, com destaque para a recém-lançada linha de brinquedos da empresa, a MultiKids. Além disso, há espaço dedicado a cada uma das outras áreas atendidas pela Multilaser: acessórios de informática; eletrônicos; tablets & celulares; mídias digitais; cine & foto; áudio; acessórios automotivos e bicicletas.

"Muito mais do que expor produtos, a inauguração do showroom nos permite apresentar aos clientes nossas estratégias de marketing, além da própria 'emoção' contida em cada um dos artigos da Multilaser", enfatiza Luiz Fiorini, diretor da MultiKids. "Especialmente no mercado de brinquedos, é fundamental criar no lojista desejo pelo produto, da mesma forma que acontece com as crianças no ponto de venda."

Foto: Multilaser/Divulgação

A recém lançada linha de brinquedos MultiKids também está presente no novo showroom

Na visão do executivo, o novo espaço da Multilaser também irá potencializar a visão que o cliente tem da empresa. "É um excelente cartão de visitas. Os showrooms costumam aumentar o valor do pedido em até 50% e o mix de produtos encomendados em média em 25%", destaca Fiorini.

A nova área também será de grande importância para o treinamento da equipe de Trade Marketing da Multilaser, dos vendedores de lojas, e para reuniões em geral. Serão realizados ainda no local, eventos promocionais com licenciadores e lançamentos de produtos.

LEGO TRANSFERE SEU SHOWROOM PARA PRÓXIMO DA ABRIN

Fotos: Rafael de Freitas

Durante a feira, a marca líder mundial de brinquedos de montar transferiu o seu showroom para local próximo à feira

A LEGO transferiu o seu o showroom durante a semana em que aconteceu a Abrin 2013 (Feira Brasileira de Brinquedos para na avenida Luís Dumont Villares, em Santana, nas proximidades do local da feira, com o objetivo de possibilitar aos seus visitantes também conhecer de perto a sua linha de brinquedos.

Os lançamentos programados pela LEGO para este ano, fazem parte de um sortimento composto por 299 brinquedos divididos em 20 linhas. "Entre os destaques, mostramos a linha Chima, que é o nosso principal lançamento mundial em 2013", avisa Robério Esteves, diretor de operações da marca no Brasil.

Além dos brinquedos da linha Chima, o showroom da LEGO apresentou as linhas City, Hero Factory e Friends, além das linhas licenciadas Star Wars, Senhor dos Anéis e Super Heroes, entre muitas outras novidades.

A LEGO apresentou no showroom suas principais linhas de brinquedos, com destaque para a Chima

CRIANÇAS E ADOLESCENTES CURTEM O MUNDO PARALELO DE HORA DE AVENTURA

Atração já é o segundo desenho mais assistido em toda a TV por assinatura e seus conteúdos estão entre os mais acessados no site do Cartoon Network

Texto: Andres Lustwerk

Tendo como cenário um mundo pós-apocalíptico depois de um grande e importante evento chamado "A Grande Guerra dos Cogumelos", pode-se dizer que o desenho Hora da Aventura é no mínimo criativo. No entanto, a animação é muito mais do que isso. Nesse universo paralelo, o jovem Finn vive aventuras ao lado do cachorro Jake (que tem poderes de modificar o seu corpo).

O desenho vem fazendo muito sucesso no Brasil e no mundo, sobretudo na Europa e Estados Unidos. Por aqui, a série norte-americana exibida pelo canal pago Cartoon Network e na TV aberta pelo SBT vem ganhando muitos fãs. Crianças e adolescentes curtem o conteúdo nonsense e as tiradas que fazem referências psicodélicas. A animação estreou no Brasil no dia 8 de agosto de 2010 e quase três anos depois já virou uma propriedade de sucesso no universo do licenciamento.

O Cartoon Network lançou o programa de licenciamento de Hora de Aventura no segundo semestre do ano passado e rapidamente percebeu o interesse de várias empresas que reconheceram o potencial da propriedade junto às crianças e adolescentes. "Finn e Jake, os protagonistas, se conectam com esse público, trazendo suas aventuras para o mundo real, através dos produtos cuidadosamente desenvolvidos", diz Cidinha Figueira, diretora de licenciamento do Cartoon Network no Brasil.

De acordo com a profissional, a Hora de Aventura trouxe uma dinâmica inusitada e inovadora que quebrou paradigmas de comunicação com o universo infantil. "Sua linguagem criativa criou uma identificação instantânea com o público infanto-juvenil, permitindo que eles fizessem parte das extraordinárias experiências presentes na animação", complementa Cidinha Figueira.

Para Cidinha, o sucesso do desenho e o interesse pelo licenciamento da marca também podem ser explicados pelo fato do conteúdo ser oferecido aos fãs por meio de um formato multiplataforma, que engloba TV por assinatura, TV aberta, conteúdo digital para internet (www.cartoonnetwork.com.br), mobile, eventos e produtos de consumo que visam superar as expectativas de uma geração bastante antenada.

A propriedade atualmente está presente nas seguintes categorias: confecção (C&A), papelaria (Tilibra), mochilas (DMW), publicações (Panini), brinquedos (Líder e Multikids), acessórios (Fantasias Sulamericana) e DVDs (Warner Home Video). A ideia é que até o fim de 2013, o Cartoon tenha cobertura de todas as categorias relevantes para o público-alvo com produtos diferenciados e divertidos.

Licenças em brinquedos

A Multilaser, por meio da marca

Produtos com movimento e ação foram lançados pela Lider com a licença de Hora de Aventura

Multikids, já saiu na frente e terá a partir de julho toda a linha de figura de ação, a espada e a pelúcia de Hora de Aventura. De acordo com Luiz Fiorini, diretor da Multikids, a recepção dos clientes para a licença foi muito positiva.

Fiorini ressalta que a empresa pretende atingir um público-alvo formado por crianças de 4 a 14 anos. "Investimos em Hora de Aventura porque todas

O Pula Pula é um dos nove produtos da Lider com a licença

as crianças conhecem e gostam da animação. É uma grande audiência do canal Cartoon", comenta o profissional.

Já a Lider Brinquedos lançou uma linha com nove produtos de Hora da Aventura durante a feira Abrin. Itens como Bolão, Jabolô Flyer, Pula Pula, Jogo de Boliche e Tabela de Basquete estão entre os destaques.

De acordo com Ana Marida Liberado de Souza, gerente de marketing da Lider, o perfil do fã de Hora da Aventura tem tudo a ver com os produtos lançados pela empresa. Ela explica que são itens com movimento, aventura e que têm o objetivo de reunir os amigos para as brincadeiras. "Somos parceiros da Cartoon há vários anos. Sabemos que o desenho está entre os mais assistidos da Cartoon Network e, por isso, apostamos na marca. Confiamos no padrão Cartoon de qualidade", comenta Ana Maria.

O mundo paralelo do desenho dá asas à imaginação para as crianças brincarem

Sinopse

Os personagens Finn, um garoto de 13 anos e Jake, um cachorro mágico, são os protagonistas de Hora de Aventura. Quando a dupla atravessa a fronteira que os leva diretamente para a mística Terra do Ooo, as aventuras começam a acontecer. Seja salvando a Princesa Jujuba, derrotando exércitos de zumbis-doces, tirando onda com o Rei Gelado ou detonando no rock n' roll com Marcelina, Finn e Jake sabem curtir o seu momento de aventura. Embora não seja explicitamente revelado, acredita-se que a Terra de Ooo seja a Terra real, destruída após uma guerra nuclear, criando todas as criaturas que nela habitam (talvez por mutações genéticas provenientes da radiação).

Destaques da atração

Em 2012, os jogos de Hora de Aventura totalizaram mais de 10,7 milhões de pageviews.

Indicado ao Emmy de 2010 a 2012 nas categoria *Outstanding Short-Format Animated Program*.

Em 2013, 30 episódios novos serão transmitidos no Brasil, às segundas-feiras, no Cartoon.

É o segundo desenho mais assistido em toda a TV por assinatura brasileira.

Em abril desse ano foi lançado o DVD com a primeira temporada.

Tabela de basquete e Jogo de Boliche garantem a diversão da garotada

Banheira Urso 24L (Cajovil)

Banheira com design exclusivo, para tornar o banho ainda mais divertido. Porta-sabonete e porta-shampoo, apoio lateral para os braços e formas anatômicas. Disponível nas cores translúcidas: azul bebê, rosa bebê, lilás e verde bebê.
Mais informações: (47) 3251.0100 ou www.cajovil.com.br

Arca de Noé (Carlu Brinquedos)

Brinquedo composto por uma casinha, uma arca, um convés, dois personagens (Noé e Naamá) e 15 casais de animais representados, medindo entre 10,5 e 3 cm de altura. Medida da Arca Montada: 41x21x24,5 cm. Fabricado em M.D.F. o brinquedo é ideal para crianças a partir dos quatro anos.
Mais informações: (45) 3055-7001 ou www.carlu.com.br

Chocalhos Bichinhos Musicais (Dican)

Os chocalhos divertidos tem três diferentes formas de estimular o bebê: um chocalho com visor transparente, uma ponta que brilha ao acionar a estrelinha e a cabeça de um bichinho muito simpático, feito em plush; nas versões vaquinha, sapo, porquinho ou coelho. Com bordas arredondadas, não possui pontas duras e no centro possui uma base emborrachada e texturizada para uma empunhadura mais firme e segura.
Mais informações: (11) 3123-4545 ou www.dican.com.br

Zombie Zity Collection Pack (Estrela)

Os zumbis estão em alta. Aparecem em seriados, filmes e desenhos e agora serão brinquedos da Estrela. Um maldoso prefeito quer dominar a cidade e transforma todos os cidadãos em zumbis. O mecânico Diesel e seus amigos querem tentar livrar a cidade das garras do zumbi malfeitor. Assim, seis personagens do bem enfrentam outros seis do mal em batalhas que envolvem muitas armadilhas e trapaças. Os bonecos de seis centímetros balançam a cabeça e vêm com cartões de identificação e um código de acesso para o jogo online, que tem muitas opções de brincadeira. No cartão de identificação, estão descritas as habilidades e "poderes" dos personagens como grau de força, mau cheiro, localização, poder de ataque e rapidez de raciocínio. Para crianças a partir de 3 anos.
Mais informações: 0800-704-5520 ou www.estrela.com.br

Porta-Mamadeira Térmico Dots (Girotondo)

Acomoda 2 mamadeiras ou 2 garrafas. Possui alça ajustável. Mantém o alimento refrigerado por ate 6 horas. Tamanho aberto: 33,5 cm x 21 cm x 12 cm (alt x larg x prof).
Mais informações: (11) 3478-4500 ou www.girotondo.com.br

Furby (Hasbro)

Depois de 15 anos e mais de 40 milhões de unidades vendidas em todo o mundo, Furby regressa ao Brasil. Lançado pela primeira vez em 1998, o Furby dessa nova geração tem como principal característica uma combinação de programação interativa com engenharia robótica, o que torna o brinquedo capaz de desenvolver personalidade própria. Nesta nova versão, os olhos do brinquedo são duas pequenas telas de LCD que, responsáveis por expressar as emoções do Furby, exibem centenas de animações de acordo com sua personalidade.
Mais informações: www.hasbro.com ou sac@hasbro.com

Locomotiva Maluca Beep Beep (Maptoy)

Locomotiva 100% nacional que funciona com duas pilhas tipo AA. O brinquedo é licenciado pela Warner Bros., com os personagens Papa- Léguas e Coiote. O trenzinho acompanha os personagens, as ferramentas divertidas ACME que o Coiote usa para capturar o Papa- Léguas e o cenário de um deserto exibido no desenho. A criança poderá criar o cenário e se divertir com os bonecos cartonados na grande busca do faminto coiote pelo Papa- Léguas veloz e transportá-los no trem. Além disso, vai aprender a ser um grande maquinista fazendo com que a locomotiva mude de destino trocando de trilhos sem descarrilar.
Mais informações: (11) 2421-3499 ou www.maptoy.com.br

Tablet infantil Kid Pad (Multilaser)

A Multilaser acaba de lançar no país o Kid Pad, um tablet com design inovador, "fofinho" e repleto de atrativos para dar de presente para as crianças. Certificado pela Anatel e disponível em duas opções de cores (verde e rosa), o lançamento vem com case macio de silicone nas cores rosa, verde e azul, para ajudar a proteger o aparelho e já conta com aplicativos infantis pré-instalados e milhares de outros disponíveis para download. Com tela touchscreen multitoque de 7", a novidade destaca-se ainda por oferecer câmera frontal de 1.3MP que também filma, e permite conversar com a família e amigos pelo Skype.
Mais informações: www.multilaser.com.br ou (11) 4003-5200

Jogo da Memória Chaves (NIG Brinquedos)

Os amigos de Chaves agora também vão morar em um barril. Neste jogo as crianças vão colar os adesivos de cada personagem e exercitar a memória para formar os pares certos. Contém 16 barris de plástico.
Mais informações: (16) 3954-8080 ou www.nigbrinquedos.com.br

Casa na Árvore (Xalingo)

Toda a criança já imaginou um dia em ter uma casa na árvore. Agora é possível com o playground Casinha na Árvore Xalingo Brinquedos. O playground possui muitas atividades como escorregador em onda e em curva, escalada, balanços e cesta de basquete, além de um tronco oco que possibilita a criança entrar pelo piso da casa através de um alçapão e ter uma visão de cima da copa da árvore. Um produto de fácil montagem e desmontagem que dispensa o uso de ferramentas. Destinado para crianças a partir dos três anos, contribui no desenvolvimento da coordenação motora e equilíbrio, proporcionando uma grande diversão.
Mais informações: www.xalingo.com.br

MOVIMENTO DO COMÉRCIO REGISTRA ALTA DE 0,9% EM ABRIL DE 2013; INDICADOR RECUOU 0,7% EM RELAÇÃO A ABRIL DE 2012, AFIRMA BOA VISTA SERVIÇOS

O indicador de movimento do varejo expandiu 0,9% em abril na comparação com março – retirados os efeitos sazonais –, em todo o país, de acordo com a Boa Vista Serviços, a partir de dados do varejo. Avaliando os últimos 12 meses contra os 12 meses terminados em abril do ano anterior, o indicador subiu 5,2%. Já a variação acumulada dos quatro primeiros meses do ano foi de 2,2% quando comparada ao respectivo período em 2012.

Setores

O setor de móveis e eletrodomésticos registrou queda de 2,2% sobre o mês imediatamente anterior, depois de efetuados os ajustes sazonais à série. É o quarto resultado negativo de forma consecutiva. A variação acumulada no ano, contra o mesmo período em 2012, foi de -1,2%.

Também contribuindo negativamente, o setor de tecidos, vestuários e calçados apresentou queda de 0,2% quando confrontado a março – expurgados os efeitos sazonais. O crescimento acumulado do indicador nos últimos 12 meses exibiu acréscimo de 3,4% em relação ao mesmo período do ano passado.

O setor com maior variação positiva foi o de combustíveis e lubrificantes, aumentando 2,5% do nível apresentado no mês anterior – série com ajuste sazonal. Na comparação com o mesmo período do ano anterior, o setor registrou elevação de 5,9%.

Por fim, a série dessazonalizada de supermercados, alimentos e bebidas apresentou elevação de 0,1% em relação a março de 2013. O indicador apontou contração de 1,8% na atividade do setor quando confrontado com o mês correspondente em 2012.

LEVE RECUO NO COMÉRCIO NÃO PREOCUPA E CNDL MANTÉM PREVISÃO DE CRESCIMENTO EM 2013

A ligeira retração de -0,1% registrada em março ante fevereiro nas vendas do comércio divulgada no último dia 15 de maio pelo IBGE já era aguardada por líderes do movimento lojista, em função da alta dos preços dos alimentos e de efeitos sazonais do mês de março. Mesmo assim, o resultado ainda não preocupa o varejo, que foca atenção nos dados positivos da comparação anual e mantém firme a previsão de crescimento de 6% para 2013.

Na avaliação de líderes da CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) e do SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito), ao analisarmos o crescimento de vendas na comparação anual, ou seja, em relação ao ano passado, temos em 2013 uma trajetória muito otimista. "O crescimento de março foi positivo: 4,5%. Em janeiro, também tivemos alta de 5,9% e, em fevereiro, um leve recuo [-0,3%]. Se levarmos em consideração que o primeiro trimestre do ano costuma ser o pior deles, logo chegamos à conclusão de que o resultado até agora é bom e que a previsão de 6% deve ser alcançada", explica o presidente da CNDL, Roque Pellizzaro Junior.

Inflação e efeito sazonais

Na avaliação das duas entidades, a retração de -2,9% — março em relação a fevereiro de 2013 — no setor de livros, jornais e papelaria é explicada em virtude do término do período de volta às aulas. "O setor de papelaria cresce muito em janeiro e fevereiro por causa das grandes compras de materiais escolares. Acabado este período, é normal que as vendas caiam", pondera Pellizzaro Junior.

Já a queda de -2,1% registrada no setor de supermercados, alimentos e bebidas é decorrente da alta dos preços. "A inflação corrói o poder de compra do consumidor, o que é facilmente percebido no volume de vendas", avalia Pellizzaro Junior.

Para o presidente da CNDL, o cenário de inflação escapando do centro da meta não é desesperador, mas merece observação cautelosa pelos próximos meses. "A inflação oscilando para fora do centro da meta não preocupa o poder de compra em curto prazo, mas deve ser observada com atenção. A política monetária brasileira deve ser vigilante, mas ao mesmo tempo não podemos retroceder na conquista histórica do recente ciclo de redução do juro básico", alerta.

COMÉRCIO REPROVA AUMENTO DA SELIC

A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) reprovam a decisão do Banco Central de aumentar a taxa básica de juros em 0,5 ponto percentual. Na avaliação das duas entidades, a atual política de aumento dos juros, sem contenção de gastos públicos está levando o país a patamares baixíssimos de crescimento, como o apresentado pelo PIB no último dia 29 de maio.

Para o presidente da CNDL, Roque Pellizzaro Junior, o controle da inflação precisa ser feito antes por meio do corte dos gastos públicos e só depois pelo aumento taxa básica de juros. "Neste momento o governo brasileiro deveria fazer um sacrifício político e enxugar as despesas públicas para controlar a inflação. Aumentar os juros é um remédio que deve ser usado somente em último caso, porque reduz o consumo, diminui os investimentos e piora a situação das famílias endividadas", disse Pellizzaro Junior.

CHIQUITITAS

Cotiplás

Compre em estação feliz!

O mais novo sucesso da TV agora em sua loja!

Chiquititas Baby

sbt LICENSING