



# revista brincar

## ANITTA

COM O CLUBE DA ANITTINHA, NO GLOOB, A CANTORA AGORA SE APROXIMA DO PÚBLICO INFANTIL

## ESPECIAL

DIA DAS CRIANÇAS: AS NOVIDADES EM BRINQUEDOS QUE COMÉRCIO PODE OFERECER NESTE ANO

## PUERICULTURA

PUERI 2018: COBERTURA DA PRINCIPAL FEIRA DE PRODUTOS PARA 1ª INFÂNCIA



2ª EXPO TOYS ABRE A TEMPORADA DE FEIRAS REGIONAIS EM SÃO PAULO

# Brinquedos Braskit

Tudo fica mais divertido!



## Toca 3 em 1 House

DUAS TOCAS INTERLIGADAS POR UM TÚNEL. ACOMPANHA 80 BOLINHAS COLORIDAS



## Fórmula GP Max

CARRINHOS MOVIDOS A ELETRICIDADE, ACIONADOS POR CONTROLES. PISTA DE FÁCIL MONTAGEM.



pag. 14

## ESPECIAL: SELEÇÃO DE BRINQUEDOS PARA O DIA DAS CRIANÇAS



FEIRAS

pag. 10

Expo Toys abre a temporada de feiras regionais



PERFIL

pag. 08

Depois do Show das Poderosinhas, cantora Anitta agora ataca com o Clube da Anittinha



## Cesta de Frutas

LINDA CESTA COM VÁRIAS FRUTAS. DUAS CORES DIFERENTES.

## Cesta de Legumes

LINDA CESTA COM VÁRIOS LEGUMES. DUAS CORES DIFERENTES.



## Lar Doce Lar

CASINHA QUE ABRE E FECHA, COM CAMPAINHA QUE EMITE SOM. ACOMPANHA ACESSÓRIOS E BONECOS SEMI-ARTICULADOS.



MERCADO

pag. 24

Conar condena ações de influenciadores no YouTube; Playmobil entra no clima do Mundial de futebol; SBT recorre da multa por merchandising infantil em 'Carrossel'; Estudo revela produção de bonecas negras; Barbie vira youtuber;



LICENCIAMENTO

pag. 28

Os Incríveis está de volta 14 anos depois



## Sport Arco

ARCO COM TRÊS FLECHAS COM VENTOSAS QUE FIXAM EM SUPERFÍCIES LISAS.



## LOOPING RADICAL

PISTA FLEXÍVEL FORMANDO UM LOOPING, SEGUIDO DE UMA RODA. ACOMPANHA UM CARRINHO MOVIDO A FRICÇÃO.

www.braskitbrinquedos.com.br

Crédito de Foto da Capa: Juliana Coutinho/Gloob/Divulgação (Perfil: Anitta); Eduardo Santos (Feiras: 2ª. Expo Toys)



brincar  
revista

GIRO DE MERCADO **06**

Os fatos do mês

EMPRESA **13**

Art Brink participa de eventos de brinquedos por todo país

ECONOMIA **26**

Previsão com os números do varejo para Dia das Crianças; IBEVAR prevê melhora na economia no 2º trimestre

DESIGN DE EMBALAGENS **27**

Profissionais de mercado e embalagens. Mudanças já. Por: Carlos Marien

VAREJO **26**

Ri Happy lança nova marca no conceito One Stop Shop; Gloob e PBKids lançam campanha "Aventura Miraculous em Paris" Gloob lança campanha em parceria com varejistas ao redor do país

ASSOCIAÇÃO **31**

ALBB; ABRINQ

PUERICULTURA **33**

Pueri Expo expande posição na América Latina; O bê-á-bá dos primeiros mil dias da criança (parte 2);

ARTIGO **38**

País precisam ter mais controle sobre o acesso das crianças às novas tecnologias. Por: Ana Regina Caminha Braga



Curta Nossa Fanpage

facebook.com/revista.brincar

www.revistabrincar.com.br





Eduardo Santos

Não é novidade que fomos afetados pela paralisação dos caminhoneiros no fim do mês de maio. Seja pela falta de combustível nos postos ou pela escassez de produtos nas gôndolas dos supermercados, de uma forma ou de outra, todos os brasileiros acabaram impactados pela recente manifestação.

O caos que se instalou no país gerou um desbalançamento na cadeia de suprimentos. Muitas indústrias e distribuidores não conseguiram entregar seus produtos - alguns, de necessidade primária na vida das pessoas. Outras foram obrigadas a parar sua linha de produção por falta de matéria-prima e/ou por seus estoques não comportarem a fabricação de mais itens. Tivemos também o abate de muitos animais.

O varejo, a indústria e o distribuidor ficaram, pelo menos, dez dias sem ter como locomover seus produtos com custos fixos inalteráveis. Ou seja, é bem possível que tenham repasse desses custos ao consumidor final. É importante lembrar que muitos produtos foram perdidos nesse período como frutas, legumes, verduras e aves.

A própria fabricação, armazenamento e distribuição possuem um tempo de espera que faz com que a disponibilização dos produtos não seja realizada imediatamente, ou seja, feita de forma parcial.

Com esse cenário, precisamos estar alertas para os novos impactos que surgirão, deixando em alerta o comércio, no caso do mercado de brinquedos, diante das duas principais datas para o setor: Dia das Crianças e Natal.

Esperamos que todos os envolvidos no processo de abastecimento de brinquedos e puericultura tenham superado essas adversidade e que possamos ter abastados índices de crescimento no segmento neste ano.

Para nortear as compras dos comerciantes, preparamos nesta edição um Especial com pelo menos uma centena de novos brinquedos que estão fazendo a cabeça da criançada. Separamos estes itens por categoria e damos uma prévia daqueles que provavelmente será os best-sellers nesta temporada. Reproduzimos também alguns gráficos do Caderno de Estatísticas da ABrinq, publicado em março, durante a feira de brinquedos, que mostra a liderança em vendas das bonecas e bonecos, e no que tange aos canais de distribuição o crescimento contínuo do segmento Internet.

Outro assunto que chama a atenção em Mercado nesta edição é a condenação do Conar aos influencers infantis no Youtube. A questão é que atualmente as marcas de brinquedos estão usando do expediente de "Recebidos", entregando à criança seus produtos, geralmente via sua "mãe-produtora" do canal no YouTube, configurando sim, relação de publicidade e patrocínio.

Nosso questionamento é sobre quão preparadas estão estas crianças, da dita "mídia social", para encarar estas ações de marketing para as empresas. Elas viraram sim, apresentadoras na grande rede, e as marcas estão se aproveitando disso, contudo, sem informar claramente sobre estas ações ao público infantil a que se destinam, por isso foram condenadas pelo Conar.

Temos ainda outros assuntos interessantes, como o início da temporada de feiras regionais, com a cobertura da 2ª. Expo Toys, e também da Pueri Expo, ambas em São Paulo, que aumentou o número de expositores e visitantes e cresceu significativamente em âmbito internacional.

Em Perfil, destacamos a carreira da popstar Anitta, que agora está se procurando atingir o público infantil, lançando uma animação Clube da Anittinha, no canal fechado Gloob.

Em Licenciamento, mostramos a franquia Os Incríveis 2, da Disney Pixel, que depois de 14 anos do lançamento do 1º. filme, volta com tudo, batendo recordes de bilheteira por onde passou, e proporcionando ao mercado de brinquedos boas parcerias, com as action figures dos personagens do filme, além de outras máquinas usada na animação.

Boa leitura a todos  
Os Editores



Eduarda S. Araújo



Kátia Sallun



Claudio Huerte



Cefas Nobre



João Raposo



José Eduardo dos Santos  
Mtb 28.714

Brincar Nº 84  
Julho/Agosto - 2018

**DIRETOR DE REDAÇÃO:**  
Eduardo Santos

**REPRESENTANTE COMERCIAL:**  
Kátia Sallun - Tel: (11) 9 8473-6645

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

**COLABORADORES:**  
João Raposo, Mário Llaguno, Rafael de Freitas (fotografias),  
Carlos Marien (colunista); Cefas Nobre, Claudio Huerte (artes e  
diagramação); Eduarda S. Araújo (gerente administrativa)

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

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

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

**EDITORA QUATRO ESTAÇÕES EIRELI**  
Redação, Publicidade e Administração  
Rua Dias Velho, 48 - São Paulo - SP - Brasil  
CEP 02735-040  
Tel./Fax: 55 (11) 3931-7700

**VISITE NOSSA HOME PAGE**  
[www.revistabrincar.com.br](http://www.revistabrincar.com.br)  
[redacao@revistabrincar.com.br](mailto:redacao@revistabrincar.com.br)  
[facebook.com/revista.brincar](https://facebook.com/revista.brincar)

**FALE CONOSCO**  
[faleconosco@editora4estacoes.com.br](mailto:faleconosco@editora4estacoes.com.br)  
**(11) 98473-6645**

# GAME LINE

**09 APPS  
GRÁTIS**  
PARA JOGAR COM  
NOSSOS BRINQUEDOS



Cada brinquedo desta linha libera um game exclusivo para jogar com Tablet ou Smartphone!

a embalagem possui em seu interior um código para destravar o game referente ao brinquedo!

**Dia das Crianças**

Com brinquedos BS TOYS, certeza de um dia feliz!

**Incrementamente suas vendas com essa incrível novidade da BS Toys**



acesse [www.bstoy.com.br](http://www.bstoy.com.br) e conheça toda nossa linha

## FILME 'TURMA DA MÔNICA' GANHA 1º TEASER COM ATORES MIRINS

"Você conhece, você já leu, mas nunca os viu assim", diz o primeiro teaser do filme Turma da Mônica - Laços. Na prévia, o elenco mirim interage com falas já bem conhecidas dos leitores dos famosos quadrinhos de Mauricio de Sousa. A trama gira em torno de uma aventura do grupo em busca do cão Floquinho, enquanto Mônica e Cebolinha disputam o posto de líder da empreitada.



Serendipity, Inc./Divulgação

Os atores mirins Gabriel Moreira como Cascão, Giulia Benite como Mônica, Kevin Vechiatto como Cebolinha e Laura Rauseo como Magali, durante as gravações do filme 'Turma da Mônica'

O elenco infantil é formado por Giulia Benite

na pele da protagonista, Kevin Vechiatto como Cebolinha, Laura Rauseo interpreta Magali e Gabriel Moreira dá vida a Cascão. Completam a trupe os atores Monica Tozzi como Dona Luísa, Paulo Vilhena na pele de Cebola, pai de Cebolinha, e Ravel Cabral como Homem do Saco.

O longa dirigido por Daniel Rezende está sendo rodado no interior de Minas Gerais e São Paulo, e está previsto para estreiar em 2019.

## 'DIA DE BRINCAR' TEM EVENTO GRATUITO PROMOVIDO PELOS CANAIS NICKELODEON E NICK JR.

Aconteceu no último sábado, dia 26 de maio, a terceira edição do 'Dia de Brincar' promovido pelos canais Nickelodeon e Nick Jr. Pela primeira vez no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, o evento bateu recorde de



Terceira edição do evento aconteceu sábado, dia 26 de maio, no Parque Villa-Lobos, com mais de 40 atividades e um recorde de abraços

público e reuniu 30 mil pessoas. Ao todo, foram 45 brincadeiras e um recorde de abraços promovido em torno do palco principal (espalhando uma superenergia por todos os presentes).

Bob Esponja, Patrick, Patrulha Canina, As Tartarugas Ninja, Dora, A Aventureira,

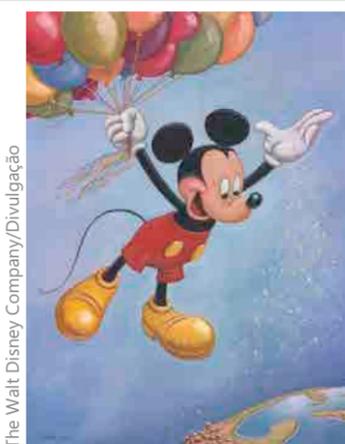
Diego, Shimmer & Shine e Nella, Uma Princesa Corajosa animaram a garotada em apresentações superdivertidas no palco da Nick que também recebeu apresentação do grupo musical Beatles para Crianças.

Neste ano, as brincadeiras (45 no total) foram divididas em quatro zonas: Água, Ar, Terra e Fogo.

Todas as atividades exploraram conceitos definidos para o evento como, Conectividade, Amizade, Música, Cultura e Inclusão. Sobre inclusão, algumas brincadeiras ganharam destaque como 'Chute a Gol no Escuro', que permitiu que os participantes experimentassem o jogo de futebol praticado por deficientes visuais e o 'Peteca Sentada', inspirado no Vôlei Sentado, um esporte paralímpico.

A terceira edição do 'Dia de Brincar' contou com patrocínio de Acrilex, Estrela, Fiat, Ortopé, Piraquê e Ri Happy.

## MICKEY 90 ANOS - PÔSTER OFICIAL É LANÇADO NA SAN DIEGO COMIC-COM



The Walt Disney Company/Divulgação

O 90º aniversário da primeira aparição de Mickey Mouse celebrado em 18 de novembro de 2018

Intitulado "Spreading Happiness Around the World," a arte foi criada pelo animador Mark Henn. O conteúdo foi lançado na San Diego Comic-Com, ocorrida em julho, nos EUA.

Confira o pôster oficial de comemoração do 90º aniversário da primeira aparição de Mickey Mouse. A data será celebrada em 18 de novembro de 2018.

Para participar nas redes sociais use a hashtag #Mickey90

## AS ATRAÇÕES DE HOT WHEELS NO BETO CARRERO WORLD

O Beto Carrero World, maior parque temático da América Latina, inaugurou dia 12 de Julho, uma nova área com o tema Hot Wheels. O novo espaço contará com apresentação do exclusivo Hot Wheels Epic Show, onde serão realizadas mostras acrobáticas com carros, pistas e manobras especialmente desenvolvidas para o universo Hot Wheels.

São mais de 30 mil metros quadrados que darão aos visitantes do Beto Carrero World



Beto Carrero World/Divulgação

Hot Wheels inaugura sua maior atração no mundo dentro do Beto Carrero World

uma visão diferenciada do brinquedo número 1 em vendas no mundo. A nova área trará os carros Hot Wheels para a realidade, com um restaurante e loja de presentes. A novidade não para por aí, a parceria entre as marcas, promete novidades adicionais ao longo do ano.

O novo espaço contará com a apresentação diária do show Hot Wheels Epic Show, que vai

transportar espectadores para uma experiência épica com transformações de carros Hot Wheels em veículos em tamanho natural que farão várias acrobacias ao longo do show. O público viverá as emoções da corrida das miniaturas em escala real, e que somente os Hot Wheels podem oferecer. Além disso, a primeira loja Hot Wheels no mundo dará partida em grande estilo, com um local que encantará fãs de todas as idades, onde visitantes encontrarão produtos Hot Wheels, apresentados das mais diversas formas. Outras duas atrações que vão levar os pequenos a loucura são o Hot Wheels Extreme Kids, uma pista de carrinhos elétricos para crianças, e o Kart Racing, que contará com karts totalmente personalizados pela marca. Por último, mas não menos importante, o Restaurante Temático Hot Wheels vai reabastecer as energias com um cardápio variado. O restaurante será totalmente decorado com o tema proposto e contará com carros, pistas e, claro, centenas das miniaturas Hot Wheels por toda parte.

## 1º CONGRESSO BRINCAR ESTIMA RECEBER 1200 PESSOAS NO RIO

O 1º Congresso Internacional Brincar, Brinquadista e Brinquedoteca será realizado nos dias 20 a 22 de setembro, em dos maiores espaços do Rio de Janeiro, com estimativa de receber 1.200 pessoas, entre congressistas, e profissionais, onde teremos até 4 salas funcionando simultaneamente, e o Teatro Odylo Costa, nosso espaço principal para 900 pessoas.

O Congresso irá ocupar diversas salas da UERJ, e com isso terá dois espaços para exposição: o Espaço Expositor localizado no teatro, e o Espaço Feira, localizado em um espaço semi-aberto, em um local de passagem entre cursos dos Congressistas.

Esse já é o maior Congresso do Rio de Janeiro sobre o Brincar e o Desenvolvimento Infantil, onde temos a previsão de 1.200 pessoas.

## DOUTORES DA ALEGRIA LEVAM SÃO JOÃO AOS HOSPITAIS PÚBLICOS DE SP

Oito hospitais públicos de São Paulo receberam no mês de junho deste ano o São Joãozinho dos Doutores da Alegria. Em cortejo pelas alas ou apresentando-se nas áreas comuns das unidades de saúde, os besteiologistas aproximam pacientes, acompanhantes e profissionais de saúde em torno dos tradicionais festejos e brincadeiras juninos.



Divulgação

Cortejo junino dos palhaços traz novidades como repertório autoral, 'show de calouros' com participação dos profissionais de saúde e trio musical inspirado no forró pé-de-serra

O arraial deste ano terá algumas novidades. Serão 10 atores em cena, além do Trio Glicérides, composto por artistas tocando zabumba, sanfona e triângulo, numa referência ao típico forró pé-de-serra nordestino. No repertório, além de canções populares

típicas, haverá ainda composições autorais do próprio elenco.

Para valorizar a cultura caipira e das duplas de viola, o roteiro prevê ainda um 'show de calouros', que vai reunir palhaços e profissionais de saúde, com direito à juri e prêmio de "um milhão". E um grande baile para encerrar cada apresentação.

O São Joãozinho surgiu em 2011, na sede pernambucana da associação, no Recife, onde a tradição do forró de São João é bastante presente. A partir do ano seguinte, passou também a ser realizado em São Paulo e no Rio de Janeiro, por meio do projeto Plateias Hospitalares, com a realização do cortejo junino pelos grupos artísticos que atuam nas unidades de saúde cariocas a partir de seleção e curadoria dos Doutores da Alegria.

## Anitta se aproxima do público infantil com desenho animado no Gloop

Juliana Coutinho/Gloob/Divulgação



Anitta só para baixinhos? Anitta vai dar mais um passo ousado na sua carreira em 2018 e lançar um DVD exclusivo para crianças de 0 a 4 anos de idade. Ela já tem algumas músicas gravadas e outras escritas. A cantora também criará uma turma de personagens animados chamada "Clube da Anittinha".

No início do ano, Anitta foi às redes sociais para acalmar o ânimo dos fãs mais velhos. "Aos meus fãs do Brasil... se acalmem. Eu não vou mudar a minha carreira para o foco infantil. Eu estou produzindo um dvd infantil em animação (desenho) ... com músicas e histórias voltadas para o público de 0 a 4 anos. O que não significa que vou mudar de rumo e parar com meus clipes e trabalhos que já faço e vocês conhecem", explicou.

Vale lembrar que todos os anos a cantora faz questão de fazer uma mini turnê do "Show das Poderosinhas" em outubro, em comemoração ao Dia das Crianças. É uma forma que a cantora encontrou para atender seu público infantil com apresentações que acontecem mais cedo do que as tradicionais. No show especial, a cantora aposta em figurinos coloridos e personagens lúdicos, que devem ser levados para o novo DVD.

### 'Clube da Anittinha'

Nos projetos de Anitta está o lançamento de um desenho animado em que ela é a protagonista. Ao ver um *trailer* do "Clube da Anittinha", a cantora ficou com os olhos brilhando.

"Eu amo meu desenho! É um projeto que estou fazendo com todo o meu coração", disse Anitta, que revelou ter tido



Anitta, com os personagens do desenho animado do Clube da Anittinha

OS PROJETOS DE ANITTA NÃO PARAM. EM BREVE, A ARTISTA VAI LANÇAR UM DESENHO ANIMADO EM QUE ELA É A PROTAGONISTA, ALÉM DA MINI TURNÊ DO "SHOW DAS PODEROSINHAS", QUE ELA PRODUZIU ESPECIALMENTE PARA CRIANÇAS

Texto: Eduardo Santos

ajuda de algumas crianças.

Casada, e sempre rodeada de marmanjos, a artista revelou que pretende ter filhos em breve.

"Eu pretendo ter filhos. Só que agora não. Estou trabalhando muito. Quero ter filho daqui a uns cinco, seis anos", fala a artista.

Quando perguntado sobre qual conselho daria para uma criança que sonha em ser cantora, ela foi incisiva.

"Não só cantora, mas para uma criança que ser qualquer coisa: que estude muito! Quanto mais você estudar, mais longe você vai chegar. Eu achava um saco, mas quando a gente fica grande, a gente entende e fica até arrependido de não ter estudado mais.", falou.

### Show das Poderosinhas

Anitta é sucesso entre adultos e crianças, mas nem sempre os pequenos podem ir a um show da cantora. Pensando nisso, a turnê especial "Show das Poderosinhas" ganha mais uma edição.

A cantora comemora o Dia das Crianças apresentando mais uma edição do espetáculo voltado ao público infantil, que acontece à tarde, no melhor estilo matinê. Segundo a produção do evento, o show foi pensado especialmente para o público infantil, o que inclui a adaptação do repertório musical, cenário lúdico e su-



"Eu amo meu desenho! É um projeto que estou fazendo com todo o meu coração", disse Anitta, que revelou ter tido ajuda de algumas crianças.

percolorido e figurino e coreografia "mais comportados", para ficar mais adequado à faixa etária dos pequenos espectadores.

No repertório, sucessos de sua carreira como "Show das Poderosas", "Não Para", "Essa Mina é Louca", "Bang", "Deixa Ele Sofrer", além de hits de outros artistas internacionais. Os mais recentes sucessos da cantora como "Paradinha", "Vai Malandra", "Machika", também não vão ficar fora dessa festa. As parcerias com o cantor Maluma, "Sim ou Não" e com a rapper Iggy Azalea, "Switch", também têm presença garantida.

Desde 2013, Anitta tem firmado seu nome no cenário musical, e hoje faz sucesso também internacionalmente. Coleciona premiações em diversas categorias como "Artista Brasileiro do Ano" pelo iTunes em 2013, "Melhor Show" e "Melhor Música"

Juliana Coutinho/Gloob/Divulgação



Com mais de 9 milhões de seguidores em seu canal no YouTube, os vídeos de Anitta acumulam mais de 2,6 bilhões de views

pelo Multishow em 2015, "Melhor Artista Brasileiro" no EMA 2016. Neste ano, na primeira edição do MTV MIAW, Anitta foi a artista mais premiada, levando para casa três troféus: Artista Musical, Feat do Ano por "Downtown", parceria com J Balvin, e Hino do Ano com "Vai Malandra".

Reprodução



Piscina de bolas, escorrega, maquiagens – diversão garantida durante uma hora constante – foram (quem diria!) temporariamente esquecidos. "Anitta chegou, Anitta chegou."

## Anitta: a revolução da música pop brasileira



Nome de maior sucesso da nova geração da música brasileira, Larissa de Macedo Machado, conhecida no país inteiro pelo nome artístico Anitta, trilhou uma incrível trajetória e superou muitos desafios até conquistar a carreira brilhante que tem hoje. O reconhecimento da cantora, que já extrapola as fronteiras do Brasil, chegou depois de muito trabalho, dedicação e planejamento.

Se o funk abriu portas, a participação nos Jogos Olímpicos foi o ponto alto da internacionalização da carreira aconteceu durante a cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Ao lado de Caetano Veloso e Gilberto Gil (foto), a ela cantou "Sandalha de Prata" na festa olímpica e brilhou. O show foi transmitido para cerca de três bilhões de espectadores ao redor do mundo.

Feira de Brinquedos, Utilidades Domésticas e Variedades

20 E 21 DE SETEMBRO/2018

Bauru

## Expo Toys abre temporada para compras do segundo semestre no mercado de brinquedos

Em tempos de Copa do Mundo, foi aberta a 2ª. edição da feira Expo Toys, evento que aconteceu de 24 a 26 de junho no Pró Magno Centro de Eventos, em São Paulo e reuniu 42 expositores, a expectativa era de receber 3.000 visitantes (não houve divulgação do número exato de visitantes) durante os 3 dias de feira. O evento regional deu início à temporada 2018 de compras no mercado de brinquedos. A segunda edição desta feira esperava movimentar 90 milhões de reais e foi estratégica para o mercado, pois ofereceu brinquedos com descontos de até 60% para os lojistas abastecerem seus estoques já pensando no Dia das Crianças e Natal, principais datas do setor, que representam cerca de 70% das vendas anuais do segmento.

A Copa em questão passou quase em 'branco' (num trocadilho com o verde-amarelo predominante em outras ocasiões) para fabricantes e comerciantes, pois o fiasco, tanto futebolístico, quanto político, da edição 2014 realizada no Brasil, não motivou a torcida brasileira esse ano, e assim o tema Copa do Mundo já era considerado página virada, independente dos resultados da Seleção Brasileira de futebol no mundial da Rússia.

Com brinquedos a preços promocionais para os lojistas (descontos de até 60%) e mais de 200 lançamentos e inovações de produtos, a Expo Toys 2018 reuniu mais de 80 marcas da indústria nacional e importadores de brinquedos dos setores de brinquedos, puericultura,



A Cotiplás foi uma das grandes fabricantes de brinquedo nacional que aderiu à Expo Toys 2018

jogos, pelúcia, licenciados, entretenimento, educativos e livros.

### Identificação com o público consumidor

Esta foi a expressão de ordem no marketing da grande maioria dos fabricantes de brinquedos expositores da na exposição deste ano. Para eles, os consumidores buscam brinquedos, principalmente bonecos e bonecas, os quais se identificam. As bonecas loiras, cabelos lisos, altas e esbeltas ainda continuam reinando nas vitrines das lojas, mas, agora, têm que dividir o espaço, ainda que em menor proporção, e a atenção dos consumidores com as bonecas e bonecos negros.

Pioneira na fabricação de brinquedos étnicos no Brasil, a Cotiplás recorda do alvoroço e da rejeição de alguns lojistas quando lançou há cerca de 15 anos com os "Baixinhos da Xuxa" negros. "Recebemos muitas críticas. A grande maioria dizia que era produto de encalhe nos estoques das lojas. Insistimos e hoje temos uma linha étnica com mais de 40 produtos", revela Carlos Alberto Bazzo, diretor da empresa.

E uma dessas novidades, a "Boneca Tayla", negra, cabelos pretos encaracolados, que em breve chegará às lojas do País, foi especialmente projetada com a consultoria de uma profissional negra, que não se sentia representada nos produtos existentes no mercado. "Ela se sentia incomodada com o não reconhecimento da beleza negra nas bonecas", explica Bazzo.

A Brinquedos Zap é um case de sucesso nesse segmento étnico. A empresa surgiu em 2010 para atender de forma exclusiva o mercado da cidade de Luanda, capital da Angola. Até pouco tempo, a empresa trabalhava exclusivamente para a atender a demanda daquele mercado produzindo bonecas e bonecos negros.

Há cerca de seis anos, a Adijomar lançou a coleção "MMA Mega Combate" composta por dois bonecos lutadores, um branco e um negro, aproveitando sucesso do lutador Anderson Silva. A empresa ficou surpresa com a grande

2ª FEIRA REÚNE MAIS DE 42 EXPOSITORES DA INDÚSTRIA NACIONAL E IMPORTADORES, REALIZADA EM SÃO PAULO, INICIA A TEMPORADA DE FEIRAS REGIONAIS DE BRINQUEDOS



aceitação do produto de nicho, que já atingiu mais 30 mil unidades comercializadas.

Com cerca de 10 coleções de bonecas contendo as versões negras ou morenas, José Antônio F. Miranda, diretor da Alligra ressalta que o próprio lojista já pede a versão do produto. "Desde o nosso primeiro lançamento, as vendas sempre foram muito boas, pois atendemos um segmento de mercado específico e que cresce a cada dia."

Para ele, a principal mudança que ocorreu na fabricação desse tipo de produto na Alligra foi a busca pela diferenciação estética do produto. "Antes, numa coleção, tínhamos a versão loira e a morena ou negra que se diferenciavam entre si pela cor da pele e cabelo. Hoje, até as feições se diferenciam, até o formato do crânio é diferente. Estamos num momento de busca da perfeição estética em termos de representatividade racial das bonecas", finaliza Miranda

### Brinquedos pedagógicos

Do total de brinquedos comercializados no Brasil cerca de 20% são de pedagógicos. E eles podem atender diversos nichos de mercado,



(da dir p/ Esq.) Os diretores da Usual Brinquedos Djalma Pivetta e Marcelo Ghiraldi, junto do gerente Leandro Ferreira

auxiliando atividades pedagógicas em escolas, creches, hospitais e em lojas de brinquedos.

A feira Expo Toys 2018 trouxe uma série de empresas expositoras que atuam nesse ramo, como a Adijomar, Kendy, Maral, Poliplay, Reibrink e Calesita.

Entre as inúmeras vantagens dos brinquedos pedagógicos está a de serem produzidos a partir da criatividade e diversificação do uso de vários materiais, como madeira, tecido, plástico e materiais acessórios.

Os produtos são divididos de acordo



Na mesa de negociação tirando pedido, o representante Joel Dantas atende clientes do interior de São Paulo

com a faixa etária e função pedagógica do brinquedo. Eles se dividem em: bonecas de tecidos, chocalhos, jogos de montar e desmontar, carrinhos, bolas, brinquedos infláveis, instrumentos musicais, jogos de mágica, peças de construção, jogos de memória, quebra-cabeça, blocos e outros.



No estande da Anjo Brinquedos, a vendedora Carla Moraes (centro) recebe os compradores da Grande São Paulo

### Personagens de filmes e TV impulsionam vendas do setor de brinquedos

Os produtos licenciados, com personagens do cinema e TV, já representam em torno de 30% do mercado de brinquedos. A feira Expo Toys 2018 trouxe inúmeros lançamentos nessa área.

Este casamento entre o cinema/tevé com a indústria de brinquedos é um dos principais fatores que tem impulsionado as vendas do setor nos últimos anos. Para aumentar a atração de um brinquedo sobre o consumidor, os fabricantes estampam a imagem de algum super-herói ou personagem famoso. Trata-se da estratégia de licenciamento, em plena ascensão no segmento de brinquedos, que mais a utiliza no Brasil.

Segundo dados da empresa de pesquisa GFK, o número de licenças para brinquedos cresce a cada ano. E o segmento de itens licenciados já representa em torno de 30% do mercado de brinquedos. Isso porque as crianças "antenas" (com acesso a muitos canais de TV por assinatura, tablets e internet) querem ter os personagens famosos que já conhecem do mundo digital.

Segundo dados da Associação Brasileira de Licenciamento (ABRAL), o mercado brasileiro de itens licenciados no varejo tem crescido em média cerca de 5% ao ano e movimentado negócios de quase R\$ 20 bilhões/ano.

A Expo Toys 2018 apresentou inúmeras novidades na área de brinquedos licenciados. A Brasilflex, por exemplo, possui linha com cerca de 200 itens licenciados. Cerca de 60% da linha de produtos da empresa são constituídas por licenciados, com personagens da Disney, Warner, Cartoon, Galinha Pintadinha, Nickelodeon e Lady Bug.

### Licenciamento também é uma das apostas das editoras Ciranda Cultural e Editora DCL.

A Ciranda Cultural apresentou novas marcas que serão suas grandes apostas para o mercado infantil este ano, como a PJ



Marcos Ernica (centro), da BS Toys, ao lado dos representantes Willians (Billy) Tacola e Wilson Rignel, trouxe as novidades da temporada apostando no potencial da nova exposição

Masks, Peppa Pig, Masha e o Urso. A editora possui mais de 30 linhas de produtos com diferentes personagens na área de produtos licenciados, que representam cerca de 40% do seu catálogo.

A Editora DCL – Difusão Cultural do Livro também apostou na feira Expo Toys divulgar seus produtos licenciados. A empresa apresentará novos livros de atividades e máscaras com licenças da Disney. Outros destaques da empresa foram os livros embalados em latas, entre eles "Princesas", licença da Disney, e "Meu Malvado Favorito", da Universal Studios.

Os livros de personagens da Disney e da Universal relacionados a filmes e séries de TVs, como o da Frozen e do Pica-Pau, também foram apostas da empresa nesse segmento.



Compradoras da Magazine Luiza conferindo as novidades na exposição em São Paulo

Vamos brincar de casinha?

Casinha Flor Estilo

Xalingo BRINQUEDOS

www.xalingo.com.br

facebook.com/xalingo

instagram.com/xalingobrinquedos



Renato Pereira, diretor da Zucatoys/Altimar, apresenta os lançamentos de sua linha de cozinhas

### Expositores

Para Renato Pereira, diretor da Altimar e Zucatoys, "a data desta feira é ótima, pois está bem perto do Dia das Crianças e o pessoal tem os pedidos e podem se programar. Esse ano está surpreendendo. Pelas primeiras 2 horas de feira, mas a gente está vendo bastante gente circulando.

Estamos num momento, esse ano atípico, por causa da Copa do Mundo, desvia um pouco atenção do pessoal, eu tava até com medo que isso afetasse também, mas parece que não. Nossa expectativa é boa esse ano."

Sobre os lançamentos para essa feira ele conta que suas novidades já foram mostradas na Abrin, "mas não estava produzindo ainda. Agora já estamos produzindo. Depois disso, fizemos a Casinha da Princesa e uma cafeteria elétrica, em várias versões. Em saquinhos para Altimar ou em cartelas e caixinhas para a Zucatoys. Esses itens estão sendo muito bem aceitos e uma outra novidade foi justamente fazer família de cartelas."

Ele destaca também a linha Chef's Kid, lançada no ano passado, "mas aumentamos a linha esse ano juntamente com a cafeteria Gourmet e colocamos esse linha Chef Kids também nas cartelas e nos saquinhos. Com cores mais reais, com peças prateadas, metalizadas, imita mesmo mate-



Adilson Dalaneze, ao lado do filho, apresenta o lançamento da linha Bubu e as Corujinhas no estande da Adijomar

rial metálico do utensílio real."

Adilson Dalaneze, diretor da Adijomar Brinquedos fala que sua empresa estará "participando de várias feiras regionais no Brasil todo. Já estivemos em Porto Alegre, e em Blumenau, depois começarão as feiras lá no nordeste. Tem bastante ação aí."

Segundo ele, a expectativa para o período "é boa. A data já está sinalizando que estão começando as vendas. O lojista agora está se preparando Dia das Crianças. Sobre a participação da Adijomar segunda edição da feira, ele opina dizendo que "é uma boa expectativa, num período já de vendas. Atribuo muito pela data, já que em julho o lojista já começa a comprar. Após a divulgação lá da Abrin. A Abrin não é mais que exposição realmente. Lá o você identifica e lança os produtos. Agora aqui é uma feira mesmo de negócios. Essa é a ideia."



A gerente comercial Josiane Dallmann, no estande da Calesita

Josiane Dallmann, gerente da Calesita, fala a primeira participação da empresa no evento.

"A gente resolveu apostar. Entendemos que São Paulo é um mercado muito interessante para feiras regionais, então vislumbrando fortalecer ainda mais a parceria que a gente tem com clientes daqui de São Paulo, da região, do interior de São Paulo, das regiões mais próximas, a gente resolveu participar para ajudar ainda mais a visibilidade da empresa e no relacionamento com nossos clientes."

Segunda a gerente, "as nossas expectativas são as melhores, mesmo com o momento político, que não está convidativo, mas a Calesita lançou muitos produtos esse ano. Temos feito um investimento alto em vários produtos e o mercado está aceitando, está nos dando feedbacks positivos, a gente acredita que para o Dia das Crianças seja um pouco maior que o ano passado, em torno de 10%."

Josiane fala dos lançamentos de sua empresa com destaque desde os educativos até a linha de rodados. Seus principais lançamentos são o pônei e o Folks. "Esses nossos dois produtos estão sendo mais



José Antonio Miranda, diretor da Alligra apresentou as bonecas Filhinha e cute Baby

bem aceitos no mercado, em função do design e das cores alegres."

A Alligra, do diretor José Antonio Miranda é outra empresa que está participando pela primeira vez da Expo Toys.

"Acredito que tenha muito sucesso pelo que temos visto, e pelos atendimentos de clientes que nos têm procurado. Em termos de lançamentos, estamos montando aproximadamente mais 7 itens novos, que com características bem atualizadas e mais modernas. Esperamos que possam fazer alegria de muitas crianças e de compradores esse ano."

Pela Tecnil, Renan Fernandes fala dos lançamentos de uma marca de heróis. "A Tecnil criou a linha de heróis própria dela, chamada TF Heroes. E essa liga de heróis abordam temas do cotidiano do brasileiro. Nós fazemos todas as divulgações para as mídias sociais e *hotsite*, com patrocínios mensais. Para feira, a Tecnil lançou o *pack 2 TF Heroes*, onde tem três variações de bonecos e contam a história do produto, materializa a história das HQs, das revistas em quadrinhos que a Tecnil produz no brinquedo. Então você compra um brinquedo, e tem dentro do brinquedo uma história em quadrinho que mostra as batalhas entre os heróis. Dentro da caixa e vem dois bonecos para criança fazer a batalha conforme tá nas histórias das HQs. Então a gente tá otimista com o resultado e muito feliz até o momento", resume o diretor da Tecnil.



No estande da Tecnil, Renan Fernandes apresenta o boneco da linha TFHeroes

## ART BRINK PARTICIPA DE EVENTOS DE BRINQUEDOS DE NORTE AO SUL DO PAÍS

Depois do enorme sucesso motivado pelo Showroom, realizado em março, em São Paulo, a Art Brink continua fortalecendo a sua estratégia comercial com os clientes em 2018.

Para o início do segundo semestre, a marca de brinquedos da Zein Import programou sua participação em uma série de eventos espalhados por todo Brasil, desde as feiras regionais de brinquedos do nordeste, e nas do sul do país.

Entretanto sua maior participação no período foi mesmo na Expo Toys, ocorrida em São Paulo, no final de junho. Com um estande de 250m<sup>2</sup>, onde a Art Brink pode mostrar um tratamento diferenciado aos compradores, com amplas possibilidades de negociação, num ambiente totalmente tematizado com produtos de brinquedo e infláveis.

Foram apresentados produtos licenciados das grandes marcas, como Warner, Hasbro, Nickelodeon, Universal, Gloop e Disney, mostrando sempre as novidades para ao ano de 2018, tanto em aumento de personagens nos desenhos, quanto em filmes.

O crescimento da Art Brink verificado no ano passado, que foi cerca de 80% em vendas no Brasil, promete ser repetido em 2018, com muito mais eficiência, agilidade nas entregas, ações de vendas em PDV, campanha de vendas para os seus representantes. Além das várias estratégias já definidas inicialmente, a empresa conta com estoque muito bem abastecido de lançamentos, com faturamento imediato para o segundo trimestre, tônica que se iniciou em janeiro e que certamente deve continuar no decorrer do ano de 2018.

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS DEVE SER O PONTO FORTE DAS AÇÕES DE MARKETING DA MARCA DE BRINQUEDOS QUE CRESCEU CERCA DE 80% O ANO PASSADO



Estande Art Brink com grande enfoque na linha de licenciados



Art Brink esteve com exposição de 250m<sup>2</sup> na Expo Toys



No estande da Art Brink as negociações começaram no domingo, o 1º dia da feira

### Art Brink tem novo gerente nacional de vendas

Na Expo Toys, a marca aproveitou para apresentar seu novo gerente nacional de vendas, Jorge Vida.

Em seu perfil, o profissional conta com uma trajetória de mais de 30 anos em vendas, iniciando com venda de assinatura de revista; depois móveis, anúncios nas páginas amarelas; foi corretor de seguros; vendeu vidro temperado, entre outros produtos, lubrificantes industriais, até chegar no setor de brinquedo.

Como líder de equipe de vendas, há 20 anos numa fábrica de brinquedos, até abrir a VJ TOYS.

Possui formação em marketing, MBA na FGV em negociação estratégica e recentemente com formação em COACH.

"Desafiado, senti-me lisonjeado em receber o convite para assumir a gerência comercial da ART BRINK", fala Jorge Vida, "onde a troca de experiências com diretoria,

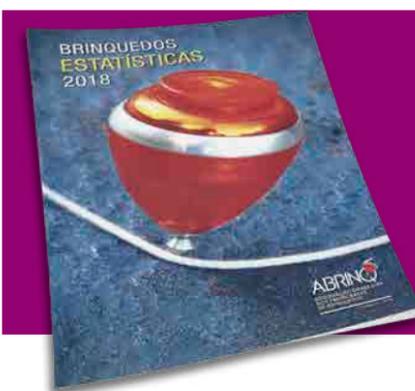
colaboradores, representantes e clientes, tem me enriquecido tremendamente, pois nessa vida, além dos objetivos a serem alcançados, o fortalecimento das relações que se estabelecem, é como oxigênio para vida! Embora, consciente da imensa responsabilidade, trabalhar na ZEIN IMPORT, faz-me sentir um profissional privilegiado", define sua chegada na ART BRINK.



Jorge Vida, novo gerente nacional de vendas da Art Brink

# Conheça as apostas do setor de brinquedos para o Dia das Crianças

Abrinq/Reprodução



EM 2018, FORAM LANÇADOS MAIS DE MIL NOVOS BRINQUEDOS, QUE VÃO GARANTIR A ALEGRIA DA CRIANÇA NESTA DATA TÃO ESPECIAL DO ANO. NA DISTRIBUIÇÃO, DESTAQUE NO CANAL INTERNET, FENÔMENO QUE TEM CRESCIMENTO CONTÍNUO ANO APÓS ANO

Levantamento da Abrinq durante a feira de brinquedos, realizada em março último, em São Paulo, revela que pelo menos 1.309 novos brinquedos foram lançados no período. Para um setor que vive de novidades estes lançamentos aguçam ainda mais a curiosidade da garotada e dá fôlego ao comércio, que viveu momentos de incertezas nos últimos anos. Apresentamos aqui uma coletânea dos últimos lançamentos dos fabricantes

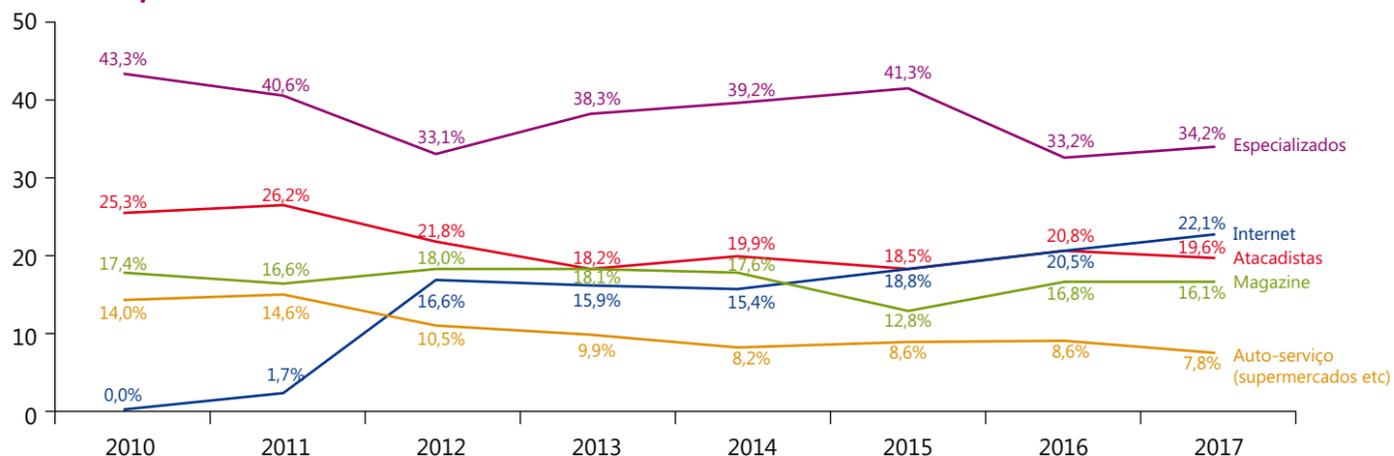
e dos importadores de brinquedos, que em busca de maior participação no mercado, não medem esforços – e criatividade, para trazer o mundo do brinquedo para os consumidores. Confira também as estatísticas, onde as bonecas e bonecos continuam dominando o *share* com 18,9%, em 2017, contra 15,55 de carrinhos e pistas, enquanto o segmento Esportivo aparece em seguida com 13,5%. Na comparação de Vendas

por Canais, os especializados ainda aparecem com folga na liderança (34,2%), seguidos da Internet (22,1%), – que mais cresceu nos últimos anos, para depois virem os Atacadistas (19,6%). O crescimento da distribuição de brinquedos pela Internet é um fenômeno mundial, e por aqui no Brasil não diferente, tanto que a maioria das lojas físicas já investem (pesado) para conquistar fatias do segmento *on-line*.

## Vendas por Linhas e Canais

Unid.:% LINHAS DE BRINQUEDOS 2010	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Veículos</b> (carrinhos, motos, pistas)	13,8%	11,2%	13,7%	14,2%	15,5%	14,2%	15,1%	15,5%
<b>Reprodução mundo real</b> (jogos de panela, móveis, kit mecânica)	7,1%	8,9%	7,7%	9,9%	9,1%	9,5%	10,2%	9,1%
<b>Blocos de Construção</b> (encaixe para montagem de estruturas)	5,6%	3,9%	3,8%	4,5%	3,9%	4,1%	3,6%	5,1%
<b>Bonecas e bonecos em geral</b> e seus acessórios	14,1%	17,5%	16,2%	18,1%	19,2%	19,7%	18,7%	18,9%
<b>Puericultura</b> (mordedores, chocalho, móbile)	10,8%	8,5%	7,8%	8,1%	7,9%	6,3%	6,1%	6,2%
<b>Jogos</b> (tabuleiro, cartas, figuras, memória)	14,0%	9,4%	10,5%	9,8%	8,6%	10,2%	8,9%	9,1%
<b>Pelúcia</b>	4,3%	5,2%	6,1%	5,0%	4,5%	4,7%	4,1%	4,3%
<b>Madeira</b>	6,6%	7,4%	7,2%	4,4%	5,2%	5,1%	3,6%	2,9%
<b>Eletrônicos e audio-visuais</b> (tablets e laptops de brinquedo, perguntas e respostas, videogames)	2,4%	2,4%	2,8%	4,1%	3,7%	4,7%	4,2%	4,0%
<b>Esportivo</b> (patins, triciclo e veículos a pedal ou elétricos, bicicletas e lançadores de água)	9,1%	8,7%	10,0%	10,1%	9,4%	9,8%	12,0%	13,5%
<b>Fantásias</b> (roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo, aplique de cabelo)	2,1%	2,4%	2,9%	3,4%	3,9%	3,8%	1,4%	1,9%
<b>Outros</b>	10,1%	14,6%	11,3%	8,5%	9,1%	7,9%	12,0%	9,5%

## Vendas por Canais



Fonte: (\*) Caderno Estatísticas 2018, produzido pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos

## Bonecas e Bonecos em Geral e Seus Acessórios

A categoria é líder no segmento de brinquedos, se manteve estável, com 18,7% em 2016 e agora com 18,9%. Para este Dia das Crianças, os lançamentos trazem muitos detalhes de construção, embora o baixo poder aquisitivo do consumidor brasileiro tende a privilegiar produtos de valor mais baixo.



Sid Nyl - Bebê Realista e Tekinha Sorinho



Adjimomar - Bonecas Valentina e Princesa Pink



Baby Brink - Patati e Patatá



Rosita - Lady Bug



Elka - Buzz frases



Hasbro - Homem Formiga 12"



Mattle - American Girl



Estrela - Figuras Zak Storm



Hasbro - Baby Alive



Hasbro - Chomp Squad Chamassauro



Macabbi - Figura Craques



Estrela - Poliana



Mimo - Princesa Ariel



Candide - Lol Casa de Bonecas

**Veículos (Carrinhos, Motos, Pistas)**

A segunda linha mais representativa em termos de vendas no mercado de brinquedos, que incluem carrinhos, motos e pistas, teve leve valorização chegando a 15,5% de share de mercado.



Rosita - Posto Turma da Mônica



Braskit - Carrinhos construtivos



Zomlings - Playset Ônibus Zombie



Estrela - Anfíbios



DTC - Pista de Rivais PJ Masks



Fun Divirta-se - Hot Wheels Porta-Carrinho Modular



BS Toys - Crazy Streets



Usual - Iveco Highway



Usual - Super Cross SXT



Hemitoys - Super Caçamba



Usual - Car-Toons

**Pelúcia**

Sempre presente nas listas dos compradores esse brinquedo é indicado para todas as faixas etárias, para todos os gêneros, e ainda estimulam o lado afetivo. Comparado a 2016, o segmento praticou manteve estável em relação a 2016, respondendo por 4,3% das vendas.



Bebê Store (Lo Ani) - Almofada Sonequinha Coelho



Estrela - Masha e o Urso



Estrela - Peppa Pig



Fun Divirta-se - Unicórnios da Barbie

**Puericultura**

O segmento, que não apresenta sazonalidade, se manteve estável em relação a 2016 e representa 6,2% que inclui mordedores, chocalho, móbil, entre outros itens. O setor abrange também puericultura pesada com carrinhos de bebês, por exemplo.



Latoy - Bonecos em Látex Bubu e as Corujiinhas



BDA - Minha Primeira Peppa Pig Mordedor de Água



Alpha Brinquedos - Coleção Mordedores Fofo's



Estrela - Casa das Chaves



Alpha Brinquedos - Bichinhos da Coleção Chuá Chuá e Unicórnio Encantado



NUK - Linha de Copos e Mamadeiras



Fisher Price - Tapete Musical



Fisher Price - Teclado Musical

As crianças já estão fazendo pedidos!  
**FAÇA O SEU PARA O Dia das Crianças!**

Prepare seu estoque para o Dia das Crianças com a Zucatoys e Altimar Brinquedos. Consulte nossos representantes e descubra mais vantagens!

**A melhor opção pelo melhor preço.**



Espresso Kids Ref. 2521



Kit Refeição Chef Kids Ref. 24019



Kit Cozinheiro Ref. 22018

CONFIRA OUTRAS NOVIDADES EM NOSSO SITE!  
**VENHA FAZER ÓTIMOS NEGÓCIOS.**

Jogos

Com leve alta para 9,1%, os jogos sempre formam muito atrativos e os seus clássicos continuam se reinventando com a era do digital. A linha inclui a linha de tabuleiro, cartas, figuras e memória.



Grow - Quest App - Edição Família



Estrela - Quebra-cabeça Meninas Super Poderosas



Meple Colt - Express



Braskit - Sapo Papa Bolinha



Galapagos - Zombicide



Adijomar - Jogo da Memória Bubu



Hasbro - Fantastic Gymnasios



Hasbro - Fala Ai - Edição Família



Estrela - Detetive com App



Xalingo - Fofossauros Quebra-Cabeça Interativo



Hasbro - Monopoly Ultimate Com Máquina Automática



Nig Brinquedos - Turma da Mônica 4x1



Nig Brinquedos - Quem é Quem? Descubra Quem Sou Eu



Xalingo - Quebra-cabeça 3D Amigos Fisher-Price

Reprodução do Mundo Real

A categoria perdeu 1,1% no mix de vendas e agora está com 9,1%, e continua importante em qualquer pedido de compra, por ser bastante diversificada inclui cozinhas, móveis, kits mecânicos, etc.



Mattel - Barbie Cozinhando e Criando



Lua de Cristal - Little House



Lua de Cristal - Castelo de Princesa



Adijomar - Casinha Educativa da Bubu



Xalingo - Refrigerador Mickey



Candide - Cook top Linha Master Chef



Candide - Fogão Linha Master Chef



Lua de Cristal - Gigi Girl



Elka - Kit Peppa Pig



Lua de Cristal - Linha Cristal Princesa

Alpha

Brinquedos

**Baby Dinos**

**Mordedores Fofos Baby**

**Chuí Chuá Carros**

**Chuí Chuá Bichos**

**Dedoches Baby Bichos**

**Fortaleza Escalada**

**Baby Play Urso**

**Escorregador Duplo**

**Boneca Lu Milu**

**Unicórnio Encantado**

**Escorregador MD**

**Escorregador Dobrável**

www.alphabrinquedos.com.br

https://www.facebook.com/alphabrinquedos

comercial@alphabrinquedos.com.br

**(11) 2412-0977 / 2303-0805**

OPORTUNIDADES



Deixe o dia das crianças  
ainda mais feliz!

# Art Brink

Pura Diversão

A maior variedade de brinquedos, tudo para  
deixar seu estoque ainda mais divertido.



Quadrícóptero  
Superman



Carro Controle  
Remoto Bumblebee



Quadro de desenho  
02 em 01 Masc. e Fem.

Cadeira de Metal  
Miraculous



Boneca Joyce  
Bike



Caixa Registradora  
Miraculous



Quadrícóptero

Coleção  
Dinossauros



Boneca Joyce Teen  
Coleção

Conheça também nossos itens licenciados. Entre em contato com um representante de sua região



VISITE NOSSO SHOW ROOM  
Av. Senador Queiroz, 274 - 12º e 13º andar  
Centro - São Paulo / SP  
Tel.: (11) 3227.1299

TELEVENDAS: 11 3324.6409  
sac@zeinimport.com.br | zein.com.br

**Zein**  
Importadora

imagens meramente ilustrativas

**Madeira**

Os produtos de madeira são o que vem sofrendo queda mais acentuada mercado de brinquedos e ano passado representava 3,6% e agora representa apenas 2,9%, apesar da categoria continuar despertando interesse na criatividade e pela alegria na garotada, além de em muitos casos ser usada inclusive no aprendizado escolar.



Hasbro - Jenga Clássico



Nig Brinquedos - Bubu e as Corujinhas A-Z Madeira



Xalingo - Hiper Massa Brincando de Engenheiro

**Fantasia**

Com 1,9%, essa categoria teve leve melhora em relação ao ano anterior (antes tinha apenas 1,4%). A categoria inclui roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo e aplique de cabelo.



Braskit - Bolsa Lucy Fashion



Sulamericana Fantasia - Rainbow Ruby



Lua de Cristal - Profissões e Guerreiros



Chriaturas a Mil - Linha Clássica Chapeuzinho Vermelho



Mattel - Máscara Jurassic World

**Blocos de Construção**



Cubber - Cubo Mágico Fellow Cube



Kuga Brinquedos - Monta Desmonta 24 peças

Com crescimento de 1,5% os clássicos encaixes para montagem de estruturas passaram a 5,1% de share de mercado, e continuam como uma boa pedida para as crianças. Educativos, estimulam a concentração, lógica e criatividade dos pequenos.

**Eletrônicos e Áudio Visuais**

Os eletrônicos se mantiveram praticamente no mesmo patamar em termos percentuais, em relação ao ano anterior. Estiveram com 4,0% em 2017, e sofrem por causa da alta do dólar e a queda nas importações. Videogames, assim como produtos de perguntas e respostas, além tablets e laptops de brinquedo de são boas opções.



Candide - Bebê Interativo



Creative Fun - Caixa Registradora

**Esportivo**

3º. Colocado no share do brinquedo os Esportivos colocam a criança em movimento continua em crescimento, desta vez de 1,5% e agora tem 13,5% do mix. A linha é bem ampla e reúne desde patins, a patinetes, triciclos, veículos a pedal ou elétricos e bicicletas, entre outros



Verden Bikes - Bicicletas aro 12" e 16"



Fun Divirta-se - Patins com 4 rodas LED



Xalingo - Triciclo Unicórnio



Peg Perego - Veículos Elétricos John Deere Ground Force



Bandeirante - Skatenet

**Playground (outros)**

Mesmo sem classificação nas Estatísticas da ABRINQ, esses brinquedos chegam com diversas novidades. E com eles a brincadeira está garantida, já que a criança solta a imaginação, estimulada no desenvolvimento físico e social.



Microscope II - Mário Brinquedos



Estrela - Super Massa Unicórnios



Evamax - Tapete Monta Letras



Monte Líbano - Carriola Maluca



Xalingo - Caixa de Areia Fofosauro



Estrela - Kit Massa e Forminhas Play-Doh



Abrokadabra - Caneta Invisível DPA (Gloop)



Zippy Toys - Porta-Objetos Rainbow Ruby



Estrela - Lab 80



Usare - Luminária



Xalingo - Balanço Unicórnio



Xalingo - Carimbos Unicórnio



Fun Divirta-se - Smart Globe Interativo 3D

Fonte: (\*) Caderno Estatísticas 2018, produzido pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos

## Conar condena 8 ações de influenciadores no YouTube

No início de maio, o YouTube foi o assunto único na reunião do Conselho de Ética do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária). Em reunião da Câmara, o órgão julgou oito processos movidos pelo Ministério Público do Estado de São Paulo, em janeiro deste ano.

A razão da reclamação de todas essas ações era a mesma: de acordo com avaliação do Ministério, a associação de marcas a conteúdos no YouTube que têm, como público-alvo, as crianças, não eram adequadas. Por se tratar da mesma reclamação, que envolvia diferentes vídeos, o relator dos casos achou que era mais produtivo avaliar todas as campanhas em uma única seção.

No caso dos influenciadores, por exemplo, é bem comum a exibição de produtos enviados por marcas sem qualquer registro de que se trata de uma ação publicitária. Em sua defesa, muitos anunciantes dizem que o ato de enviar produtos aos youtubers (que na linguagem da plataforma ganham o nome de "Recebidos") não configura publicidade pois não houve pagamento por aquele espaço. Na interpretação do Conar, no entanto, algumas



Vídeo mais antigo da youtuber Julia Silva, em que anuncia o encontro com os fãs em uma das lojas da Ri Happy

exibições de produtos e marcas contêm apelo de compra e, por isso, deveriam ser sinalizadas como conteúdo publicitário.

Dessa vez, a sentença do Conar foi unânime para os oito casos julgados: alteração da peça publicitária, agradava por advertência aos anunciantes. Nesse caso, o Conar avalia a conduta da marca e não, diretamente, dos influenciadores.

Veja, abaixo, a lista das ações punidas pelo Conar (todos os vídeos foram retirados do ar nos canais):

- **Ri Happy Brinquedos – “Encontrinho YouTubers”**  
Influenciadores: Julia Silva, Marina Bombonato, Carol Santana, Felipe Calixto, Long Jump e Manoela Antelo
- **McDonald's – “Presente McDonald's”**  
Influenciador: Felipe Calixto

- **Bic Graphic – “Pré-material escolar – 2016 recebidos e acumulados”**  
Influenciadores: Manoela Antelo e Amanda Carvalho
- **Lokas Puket – “Festa do Pijama youtubers mirins”**  
Influenciador: Carol Santana
- **Pampili**  
Influenciadores: Julia Silva e Manoela Antelo
- **Turner – “Encontro com personagens do Cartoon Network”**  
Influenciadores: Felipe Calixto e Manoela Antelo
- **SBT – “Carrossel – O Filme”**  
Influenciadores: Julia Silva e Felipe Calixto
- **Foroni – “Desafio Foroni”**  
Influenciadores: Julia Silva, Felipe Calixto, Manoela Antelo e Amanda Carvalho

## Playmobil entra no clima do Mundial com bonecos de seleções

Em junho, será realizado, na Rússia, um dos maiores eventos futebolístico do mundo e a Sunny Brinquedos, importadora de licenças da Playmobil no Brasil, entrou na torcida apresentando uma linha exclusiva de brinquedos composta

por bonecos que representam os jogadores de nove seleções do mundo: a Playmobil Sports & Action.

Os bonequinhos são inspirados no Brasil, Espanha, Inglaterra, Argentina, França, Itália, Holanda, Portugal e Alemanha. Todos estão caracterizados com os uniformes oficiais de cada time e com aparência visual similar às regiões de origem.

“A torcida vai ser pelo Brasil, mas todos podem vibrar com as outras partidas e colecionar os bonecos de seus países preferidos”, comenta Sharon Czitrom, diretora de marketing da Sunny. O produto acompanha um boneco, uma minibola e o gol, para brincar, basta posicionar o jogador na direção da rede e acionar a alavanca que está posicionada na parte de trás do boneco para chutar a bola. “Depois disso é só correr para o abraço”, brinca a executiva.

Sunny Brinquedos/Divulgação



Sunny Brinquedos apresenta linha de bonecos da Playmobil inspirados nos jogadores das seleções mundiais do Brasil, Espanha, Inglaterra Argentina França, Itália, Holanda, Portugal e Alemanha

## SBT recorre da multa de R\$ 700 mil por merchandising infantil em ‘Carrossel’

O Tribunal de Justiça de São Paulo retoma, em 19 de junho, o julgamento do caso de merchandising dirigido a crianças durante a versão nacional da novela “Carrossel”, do SBT, exibida entre 2012 e 2013. A emissora recorre contra uma indenização por danos morais coletivos no valor de R\$ 700 mil, estipulada em 2015 pelo juiz Luis Felipe Ferrari Bedendi, em Ação Civil Pública movida pelo Procon-SP contra o canal. A primeira sessão de julgamento da apelação aconteceu dia 29 de maio deste ano.

O Instituto Alana, por meio do programa Criança e Consumo, vem apresentando dados e argumentos para sustentar a punição ao SBT. Segundo um levantamento da instituição, ao longo de cinco meses, foram veiculadas mais de 40 cenas, de até 11 minutos de duração, com ações de merchandising dirigidas diretamente às crianças – isso inclui falas de personagens, inserção de anúncios e exibição de produtos no meio da cena.

O SBT não quis se manifestar.



Maisa Silva foi uma das maiores destaques da novela infantil que é acusada de abuso de publicidade direcionada a crianças

## Estudo revela que apenas 7% das bonecas fabricadas no Brasil são negras

No Brasil, segundo o IBGE, cerca 50% da população se declara negra. No entanto, é perceptível a ausência de bonecas negras nos pontos de vendas de brinquedos. Diante da necessidade de trazer esse debate à tona e incentivar a maior representatividade das crianças negras, a organização



Do total dos 762 modelos de bonecas contabilizadas, apenas 53 eram negras, correspondendo a 7%.

não-governamental Avante, por meio da campanha “Cadê nossa boneca?”, analisou, pela segunda vez, fabricantes de brinquedos do país detectando que apenas 7% de todas as bonecas fabricadas no Brasil são negras.

Segundo especialistas, o processo de autoidentificação que acontece durante o

processo de brincar fundamental para o desenvolvimento da autoestima das crianças. Considerando tais aspectos, a campanha

Cadê Nossa Boneca nasceu em 2016, com o objetivo de chamar atenção sobre a falta de diversidade nas prateleiras das lojas brasileiras.

Fonte: aldeianago.com.br

## Barbie vira youtuber e posta vídeo com dicas culinárias

A boneca mais famosa do mundo assumiu sua paixão por cozinhar e apresenta a linha de brinquedos Barbie Cozinhando e Criando, com cinco novos kits na temática de culinária. Para celebrar o lançamento, Barbie fez um vídeo para

ensinar como fazer “Cupcakes de Arco-íris” de brincadeira e, mostrar que com criatividade e imaginação as meninas podem ser e fazer tudo o que quiserem. O vídeo pode ser assistido no canal oficial do Youtube da boneca e na página do Facebook. Confira



Boneca lança linha de brinquedos “Cozinhando e Criando” e usa seu canal no Youtube para inspirar crianças a imaginar tudo o que quiserem

abaixo o link dos vídeos e conheça os lançamentos da linha Barbie Cozinhando e Criando, já disponíveis nas principais lojas de brinquedos do Brasil.



Acesse o vídeo no nosso Portal na internet

## Dia das Crianças deve movimentar R\$ 9,4 bilhões no varejo

Apesar da lenta retomada da economia refletir no ânimo dos brasileiros, a maioria dos consumidores (72%) deve ir às compras este ano no Dia das Crianças – em especial as mulheres (77%). É o que revela pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) em todas as capitais. No ano passado, 67% compraram presentes na data. Para 2018, a expectativa é de que o varejo movimente cerca de R\$ 9,4 bilhões.

Diante de um cenário com alto índice de desemprego e renda achatada, os gastos do consumidor também prometem ser ponderados. De acordo com o levantamento, (39%) dos entrevistados que presentearão, principalmente filhos, sobrinhos, netos ou afilhados, pretendem gastar o mesmo valor que o ano assado, enquanto 24% planejam comprar menos. No total, cada consumidor deve desembolsar, em média, R\$ 187 com presentes.



Shutterstock

PESQUISA CNDL/SPC BRASIL APONTA QUE GASTO MÉDIO DE CADA CONSUMIDOR COM PRESENTES SERÁ DE R\$ 187. MAIORIA PRETENDE PAGAR PRODUTOS À VISTA E 80% PESQUISARÃO PREÇOS ANTES DE COMPRAR; ENTRE OS INADIMPLENTES QUE QUEREM ADQUIRIR PRESENTES, 69% ESTÃO NEGATIVADOS

No total, cada consumidor deve desembolsar, em média, R\$ 187 com presentes.

O Dia das Crianças representa a última festa comemorativa antes do Natal e dará sinais de como será o desempenho das vendas no final do ano. "As intenções de compra da data servirão de termômetro para o fim de ano, ao trazer as primeiras

impressões do que deve acontecer no Natal, principalmente em um momento que o poder de compra das famílias continua sendo afetado pelas dificuldades econômicas", explica a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

### IBEVAR prevê melhora na economia e aumento de 5,6% nas vendas para o 2º trimestre

Pesquisa de Intenção de Compra, realizada pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (IBEVAR), estima que a evolução nas vendas do varejo até junho seja de 5,65%, em relação ao mesmo período do ano anterior. Segundo o levantamento, a melhora é reflexo da baixa taxa de inflação, queda no índice de inadimplência e a recente escalada do dólar. Um dos responsáveis pela pesquisa, Prof. Nuno Fouto, diretor vogal do IBEVAR, conta que "é necessário considerar os fatores conjunturais e a sazonalidade para explicar o resultado positivo sobre a intenção de compra para o segundo trimestre do ano".

O balanço mostrou também que, em janeiro de 2017, o volume de itens comercializados era equivalente a 84,8% do registrado em 2014. Um ano depois, esse número subiu para 88,9%. Nuno explica que alguns fatores são decisivos para estimular a construção de um clima propício ao consumo, como o baixo nível do IPCA – Índice de Preços do Consumidor Amplo, que está em 2,84% em 12 meses, e a renda familiar, menos afetada pela inflação.

Já nos canais digitais, a pesquisa revelou que a intenção de compra dos internautas para o segundo trimestre de 2018 é a mais alta, se comparada com os três últimos anos para esse período, chegando a 88,6%. "Há uma grande tendência em comprar pela internet, em relação às lojas físicas, pois os consumidores digitais estão habituados e possuem uma certa frequência em utilizar a plataforma", completa o professor.



Evolução das Vendas no Varejo Ampliado - Previsão



Fonte: Pesquisa Ebit

Intenção de Compra - 2º trimestre

## Profissionais de mercado e embalagens

Texto: (\*) Carlos Marien - Designer

Mudanças já.

Chegou o momento de nos colocarmos em nível profissional no que se refere as embalagens e formas de criação dos brinquedos brasileiros.

As embalagens são, em sua maioria, tratadas como um problema para os fabricantes que investem milhares de reais em todo o processo de produção de um novo brinquedo e pecam com embalagens muitas vezes totalmente não vendedoras.

Vamos pensar um pouco sobre isso.

O Brasil é conhecido por todo o mundo, como uma país onde o pessoal criativo de publicidade, incluindo aqui os designers gráficos, se situam entre os melhores profissionais, ganhando invariavelmente os principais prêmios e menções honrosas nos juris e eventos de publicidade!

Temos muitas agências altamente especializadas na criação de embalagens, e além disso, na interconexão entre a empresa, seus clientes, seus consumidores, sua rede de distribuição e a comunicação com os clientes.

A criação e lançamento de um novo brinquedo no mercado, deve necessariamente ser feito em parceria com esse pessoal criativo e de marketing, atualizando as tendências e necessidades do público consumidor.

A informação é frenética nos dias de hoje através do mundo virtual, os influenciadores digitais, os ambientes virtuais, as redes sociais são ferramentas essenciais para a divulgação e pesquisa referente a produção e lançamentos de novos brinquedos.

Em poucas horas o pessoal criativo capacitado, tem como ajudar e orientar muito aos fabricantes e sua equipe de criação a se posicionarem em relação ao desempenho de um novo produto no mercado.

E melhor ainda, hoje temos no Brasil muitas empresas startups que movimentam a economia criativa, com valores de trabalho infinitamente mais baixos que as grandes agências e com resultados espetaculares! Essas pequenas e geniais



Divulgação

empresas podem ajudar muito na fase de elaboração de um novo produto e seu plano de lançamento no mercado.

Também a embalagem tem necessariamente de ser criada por gente especializada e atendida o nosso mercado nacional e as tendências atuais.

O mundo mudou, as informações mudam o comportamento dos consumidores muito rapidamente, criações consideradas vendedoras a alguns anos, já não funcionam, as antigas fórmulas de criação ficaram ineficazes.

Mudanças já! Isso significa colocar esse pessoal criativo e antenado, como parte integrante no processo de desenvolvimento, produção, embalagem, posicionamento no mercado e plataformas de vendas online, além dos tradicionais representantes.

Sei que é um custo extra, na verdade muito pequeno em relação aos demais valores envolvidos no desenvolvimento de um novo brinquedo, mas com certeza o desempenho do novo produto será extremamente melhor e mais rápido, com menos erros de estratégia e riscos de sucesso no mercado.

Não dá mais para simplesmente copiar produtos estrangeiros, não dá mais para achar legal ou bonito ou achar que vai vender, temos muitas ferramentas e pessoal capacitado, com custo bem aceitáveis, que podem ajudar muito nesse importante momento da vida de uma empresa.

Embalagens criativas, adaptadas as tendências atuais, que entrem em conexão instantânea com o consumidor, que valorizem não só o produto, no nosso caso brinquedo, mas valorizem também quem comprar e brincar com este brinquedo! As pessoas estão buscando mais que um simples brinquedo, querem transmitir emoções a quem ganha e brinca com estes brinquedos, os valores agregados aos brinquedos já não podem ser mais os mesmos de alguns anos atrás, tipo uma boneca que fala 150 frases ou um carrinho que acende as luzes quando anda.

O mundo mudou, a cultura e desejo dos pais e crianças também!

Chegou a hora de abrir as mentes para os novos tempos, os novos consumidores os novos hábitos. Procurem criativos, pesquisem a economia criativa e as novas startups.

Pensem nisso e bons negócios!

Carlos Marien  
Designer.



Designer de Embalagens e Consultor no ramo de brinquedos  
Diretor da Marien Design  
contato@marien.com.br  
www.marien.com.br



COM MAIS DE US\$ 70 MILHÕES ARRECADADOS NO FINAL DE SEMANA DE ESTREIA, "OS INCRÍVEIS" É A SEGUNDA MAIOR ABERTURA DE UMA ANIMAÇÃO NA HISTÓRIA

## ANIMAÇÃO OS INCRÍVEIS 2 ESTÁ DE VOLTA 14 ANOS DEPOIS

A família de heróis favorita de todo mundo está de volta em "Os Incríveis 2". Mas desta vez Helena está em destaque, enquanto Beto fica em casa com Violeta e Flecha praticando o heroísmo do dia-a-dia. É uma transição difícil para todos, que fica ainda pior porque a família ainda não conhece os superpoderes do bebê Zezé. Quando um novo vilão traça um plano brilhante e perigoso, a família Incrível e seu amigo Gelado devem encontrar uma maneira de trabalhar juntos novamente - o que é mais fácil dizer do que fazer.

Dirigido por Brad Bird ("O Gigante de Ferro", "Os Incríveis") e produzido por John Walker ("Os Incríveis") e Nicole Grindle ("Os Heróis de Sanjay", "Toy Story 3" produtor associado), "Os Incríveis 2" estreou nos cinemas brasileiros no dia 28 de junho de 2018.



O famoso jogo do banquinho ganhou um novo apresentador para uma versão ainda mais incrível do quadro televisivo estrelado por Raul Gil. O apresentador Otaviano Costa assume o quadro em vídeo promocional de "Os Incríveis 2", ao lado da esposa e atriz Flávia Alessandra e do jornalista Evaristo Costa

### DUBLADORES INCRÍVEIS-2, OTAVIANO COSTA ASSUME LUGAR DE RAUL GIL NO TRADICIONAL JOGO DO BANQUINHO

A nova animação da Disney•Pixar, uniu um dos times mais incríveis da televisão brasileira para dublar o filme. O apresentador Otaviano Costa e a atriz Flávia Alessandra emprestam a voz para Wilson e Evelyn Deavor respectivamente. Wilson Deavor é um magnata que decide apoiar a volta dos heróis à ativa, já sua irmã, Evelyn, é a mente brilhante da

empresa que vive ofuscada pelo estrelismo de Wilson. Evaristo Costa traz sua bagagem como âncora e jornalista para dar voz ao



Linha da Líder Brinquedos é composta de tabela de basquete, bola de vinil (em 02 cores - amarela e vermelha), show de bola, piscina de bolinhas, além de casinha e o centro de atividades 3 em 1



apresentador de telejornal, Chad. Para completar essa superequipe, o apresentador Raul Gil - com seus 50 anos de carreira na televisão - interpreta o herói Esguicho. "A dublagem faz parte da graça do filme", comentou o apresentador.

### XALINGO + OS INCRÍVEIS 2 NOVA COLEÇÃO INSPIRADA NOS PERSONAGENS DO FILME

A nova coleção da Xalingo Brinquedos, traz personagens da produção Os Incríveis 2 da Disney•Pixar. Para grandes e enriquecedoras experiências, a linha apresenta Conjunto com 6 carimbos, Dominó 28 peças, Jogo da Memória 24 peças e Kit Lousa e Giz. Em madeira reflorestada, a série também reforça o compromisso da empresa com o meio ambiente.

Colorida e lúdica, a linha da família de super-heróis promete reunir pais, filhos, tios, primos, avós e até os vizinhos. Os jogos estarão em livrarias, papelarias, lojas de brinquedos, de departamento e em grandes redes de várias regiões do país.

### OS INCRÍVEIS 2 NA LÍDER BRINQUEDOS

Um mix recheado de muita alegria vai fazer sucesso com a criançada, sendo eles: tabela de basquete, bola de vinil (em 02 cores - amarela e vermelha), show de bola, piscina de bolinhas, além de casinha e o centro de atividades 3 em 1.

A Casinha é desenvolvida com estampa dos personagens, possui hastes de montagem, porta ampla para melhor acesso e ventilação interna! O "acampamento" ou a "noite do pijama" das crianças vai ficar ainda mais animado!

O Centro de Atividades é muito prático e versátil. A mesinha pode ser usada como organizador de materiais, suporte para estudos e atividades e lousa, pois o tampo é removível!

Esse item é composto por 01 mesinha (com organizador e tampo removível/lousa personalizada), 01 cadeirinha, 01 caneta hidrocor e 01 apagador.

A Piscina de Bolinhas tem tecido decorado, laterais com rendinhas, 100 bolinhas coloridas, 04 hastes e acompanha uma bolsa incrível para guardar o brinquedo depois da diversão!

### SUNNY BRINQUEDOS LANÇA LINHA DO FILME OS INCRÍVEIS 2

A Sunny Brinquedos lança uma linha exclusiva de produtos para animar ainda mais os fãs do filme. São vários lançamentos inspirados nos personagens do longa.

Entre os destaques está o kit figuras Sra. e Sr. Incrível de 12", que reúne o casal principal e permite que as mãos dos dois personagens se travem para que o Sr. Incrível lance a Sra. Incrível nas alturas. Os bonecos emitem mais de 45 sons, incluindo frases do filme, garantindo a diversão dos pequenos fãs. Outra novidade da linha são as minifiguras de 3 polegadas.

Para a brincadeira ficar ainda mais animada, a Sunny apresenta o Veículo com Figura de 3", que consiste em dois packs, sendo uma moto com a Mulher Elástica e o carro do Sr. Incrível.

A empresa apresenta ainda o Veículo Escavador, e o Barco Hydroline, que tem multifunções.

Outra novidade exclusiva da linha é o Boneco Incrível Zezé Interativo. O brinquedo permite que a criança convide seus amigos para participar da batata quente, famosa brincadeira infantil.



Sunny Brinquedos traz 17 lançamentos exclusivos inspirados nos personagens principais

### OS INCRÍVEIS 2 (FICHA TÉCNICA) DISNEY•PIXAR

- **Data de Lançamento no Brasil:** 28 de Junho de 2018
- **Elenco de Voz na Versão Original:** Craig T. Nelson, Holly Hunter, Sarah Vowell, Huck Milner, Samuel L. Jackson
- **Diretor:** Brad Bird
- **Produtores:** John Walker, Nicole Grindle
- **Dirigido por** Brad Bird ("O Gigante de Ferro", "Os Incríveis") e produzido por John Walker ("Os Incríveis") e Nicole Grindle ("Os Heróis de Sanjay", "Toy Story 3" produtor associado), "Os Incríveis 2" estreou nos cinemas brasileiros no dia 28 de junho de 2018.
- **Número de licenças:** (N/D\*)
- **Quem são os licenciadores de brinquedos:** (N/D\*)
- **Quais categorias:** (N/D\*)

(Não Disponível)\*: The Walt Disney Company Brasil não respondeu à nossa consulta

## Ri Happy lança novo conceito de loja One Stop Shop



Fotos: Eduardo Santos

**Entrevista exclusiva com Héctor Núñez, presidente da Ri Happy**

**Esse conceito é uma coisa absolutamente nova para esse padrão de loja de brinquedo?**

Na verdade é uma loja com um padrão absolutamente novo de loja para criança, não só de brinquedos. Não só de brinquedos, mas de tudo que a mãe

precisa para o seu bebê, mas também temos outras categorias, que os pais vão poder encontrar para os seus filhos que tem 12 anos de idade. Todo um sortimento de estoque de colecionáveis de livros, de papelaria, entre outras categorias.

**A Ri Happy a partir deste conceito, pretende ser ainda mais abrangente?**

Cada vez mais a Ri Happy quer ajudar as famílias numa solução completa das necessidades de seus filhos. Há 30 anos operamos no negócio de brinquedos, nos últimos 4 anos trouxemos todo um mundo de bebês, para os pais, e a cada ano trazemos novas categoria, então a gente quer estar presente na vida das famílias, que tem filhos de 0 anos de idade até 12.

**Vocês estão trazendo inclusive artigos de papelaria, que absoluta novidade para o padrão do modelo de negócio da Ri Happy?**

Novidades como papelaria, volta às aulas, esportes de todas as modalidades, calçados, roupa para crianças, a partir de 2 anos de idade,



Presidente da Ri Happy, Héctor Núñez fala da ampliação da rede de lojas

de fato ampliando a fortaleza que é brinquedos e bebês para outras categorias.

**Vocês estão programando a inauguração de outras lojas da rede de vocês neste mesmo conceito? E haverá apenas reformas de lojas já implantadas ou também novas lojas em novas praças?**

De fato, são 1.600 m<sup>2</sup>, a loja é bastante grande. Iremos transformar em converter de 5 a 8 lojas atuais desse modelo e também estaremos abrindo pelo menos cinco lojas novas este ano deste modelo, além de lojas novos e brinquedos em lojas novas de bebês, também.

**E como você avalia a perspectiva do mercado de crianças, já que não dá para falar que é só brinquedos?**

Na verdade, claramente tem um impacto positivo a economia no desempenho que se espera deste ano, na confiança crescente, então a gente acredita que vai ser um ano muito bom de vendas para aumentar nossa empresa de segmento de crianças.

**Falando agora da questão institucional da Ri Happy, já se concretizou o IPO?**

IPO? Não se concretizou. Vamos ver num futuro próximo.

O sorteado ganhará uma viagem para Paris com mais 2 acompanhantes e eles terão uma experiência única na cidade. A viagem de quatro dias inclui passagem, hospedagem no coração da *Champs Élysées* - em um hotel 5 estrelas - e atividades como um tour na Torre Eiffel, passeio pelo Rio Sena e aulas de culinária para desvendar os segredos gastronômicos do macaroon, tradicional doce francês.

A campanha acontecerá em todas as lojas PBKids no Brasil e nas compras *on-line*. O regulamento completo está disponível no site: [www.promocao.pbkids.com.br](http://www.promocao.pbkids.com.br)



os lançamentos do canal, como a boneca musical da Ladybug, os itens de miçanga de "Miraculous - As Aventuras de Ladybug" e a boneca detetive Sol de "D.P.A. - Detetives do Prédio Azul" terá dois cupons para participar.

### Gloob e PBKids lançam campanha "Aventura Miraculous em Paris"

Para comemorar o aniversário da PBKids, o Gloob, em parceria com a marca, vai oferecer uma promoção para concorrer a uma aventura em Paris. Os ganhadores terão a oportunidade de conhecer a cidade luz, visitando os principais cenários da série "Miraculous - As Aventuras de Ladybug". Durante todo o mês de agosto, na compra de qualquer produto na PBKids, o cliente terá um cupom para participar do sorteio.

Durante o mês de agosto, a compra de qualquer produto Gloob irá dobrar as chances de concorrer ao prêmio. Quem aproveitar

## Remédio para sobreviver à crise

**T**rocamos ideia muitos colegas de como sobreviver à crise, que antes parecia, ser 1 ou 2 anos de Dilma, e acabou se perdurando mais 1 ano com o Temer e o escândalo da JBS, que até então parecia que teríamos uma melhora, mas com mais um monte de escândalos, voltamos a patinar e sem nenhum sinal de melhora por mais 1 ano. E nisso estamos há quase 4 anos. Em uma crise que se aprofunda e jamais esperávamos que fosse tão demorada.

Em minha humilde visão de tantas crises passadas, é que realmente nunca vi (e vivi) nada igual e nem tão longa. Porém a decisão de fechar uma loja (por conta da crise) é arcar com um prejuízo enorme e por outro lado, manter uma loja sangrando todo mês, é suportável até certo período.

Logo, acredito que a única solução para o lojista seria aumentar sua margem em pelo menos 5%, para ajudar a cobrir o prejuízo que estamos passando e diminuir as perdas, pois reduzir preços neste momento ou margens, de nada vai adiantar, pois não temos consumidores com demanda.

Não vai existir promoção que compense uma redução de margem de 20% e teríamos que ter um aumento de vendas em no mínimo 40%, para compensar esta redução de 20%, Além de que reduzir 20% os preços nada significariam para o consumidor, que mal está conseguindo pagar seu plano de saúde, por exemplo. Deste modo, a redução de margem, imaginando que teremos aumento do consumo, é a morte rápida!

Dialogando com os fornecedores temos que cada entender que o Brasil tem mercados diferentes, com custos de impostos, logística e aluguéis completamente distintos. Já está provado que regular o preço de venda ao consumidor nunca deu certo. Logo a única solução seria os fornecedores entenderem que a melhor maneira de controlarem seus preços na ponta de venda, será fazendo 3 tabelas de preços com diferenças mesmo que pequenas, mas pelo bem do mercado.

Vamos fazer uma analogia ao mercado dos EUA, que hoje quem mais está

chorando os prejuízos são os fornecedores em seus escritórios em Hong Kong, com o déficit deixado pela Toys 'R' US. Grandes empresas e pequenas todas sofreram, mas a culpa foi delas mesmas, que gananciosas, estavam muito satisfeitas com o crescimento de canais de vendas de não-especializados como o Target, Walmart e Amazon, onde o custo de ocupação, logística e encantamento não pode fazer nenhuma diferença para a grande rede especializada Toys 'R' US não conseguiu sobreviver, pois com os preços 15% menores no Target e Walmart, self-service e o e-commerce da Amazon, mais agressivo ainda com os Market Places de pequenos vendedores domiciliares com preços até 25% menores. Destruíram a melhor vitrine de brinquedos da América.

Logo a única solução, é não repetirmos esta mesma história aqui no Brasil e que os fornecedores acordem e tenham 3 ou 4 tabelas diferenciadas entendendo a



situação de cada lojista, para termos um mercado mais justo e competição mais equilibrada para todos, afinal não estamos vendendo preços, mas produtos para brincar e encantar as crianças.

Outro ponto importante a se destacar, é que se percebe que precisamos melhorar, depois de muitos anos com os representantes, é que realmente o representante visite as lojas, veja o que está vendendo, tenha planilhas para saber o que está com problemas, faça alguma ação com os vendedores, faça treinamento dos produtos, que realmente faça o seu produto girar nas lojas. Afinal, termos um tirador de pedidos e que fique compra, e ligando para agendar é coisa do passado e que não funciona mais. Meus representantes não me matar por ter escrito isso, mas acredito na política o que vale é a verdade e que não venda ilusões. Afinal negócio bom, só é bom, quando é bom para os dois lados!

### Abrinq estima crescimento acima de 8% com vendas para o Dia das Crianças



O desempenho da indústria de brinquedos registrado nos últimos anos deve se manter, prevê o presidente da Abrinq, Synésio Batista da Costa. Em 2017, o faturamento total da indústria foi de R\$ 6,4 bilhões, sendo que a produção nacional atingiu R\$ 3,8 bilhões. Crescimento de 5% em relação a 2016.

"Data mais importante para a indústria do brinquedo, o Dia das Crianças deve confirmar sua tendência natural de evolução de compras, e as encomendas mostram que vamos continuar avançando", constata Synésio. Segundo o presidente da Abrinq, os preços dos brinquedos estão estagnados, e que mais de 60% da oferta está na faixa de R\$ 50,00. "A indústria está apostando no aumento do consumo *per capita*."

Para este Dia da Criança mais de 1 mil novos brinquedos estão chegando às lojas, contribuindo para a animação do mercado. O mercado nacional do brinquedo deve movimentar este ano perto de R\$ 7 bilhões, e as vendas da Semana da Criança podem representar 35% desse total.

Dados da entidade mostram que as vendas de brinquedos com valores acima de R\$ 100,00 cresceram sua participação nas vendas, passando de 12,4% para 14,9% do total ano passado. As vendas de brinquedos também registraram crescimento nas faixas de preços até R\$ 10,00 (7,5%) e entre R\$ 11,00 e R\$ 20,00 (10,9%).

A previsão é do presidente da Abrinq - Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos, que calcula em 8% o crescimento da indústria este ano.

# Embalagens que fazem a diferença!



Design de Embalagem, Ilustrações  
Fotografias, Licenciados, Catálogos,  
Criação de Guides e Padrões.

**m a r i e n**  
DESIGN  
www.marien.com.br

☎ 11 - 2429-5782 - 9 9463-7050  
✉ carlosmarien@hotmail.com



revista  
**brincar**  
PUERICULTURA

## QUERO SER ASSINANTE DA BRINCAR!



PREENCHA COM SEUS DADOS ATRAVÉS DO SITE: [www.editora4estacoes.com.br](http://www.editora4estacoes.com.br) OU ATRAVÉS DO E-MAIL: [assinaturas@editora4estacoes.com.br](mailto:assinaturas@editora4estacoes.com.br)

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

Formas de Pagamento da Assinatura da Revista por 12 edições

**DEPÓSITO** (somente à vista)

• C/C do BANCO DO BRASIL Ag. 0687-4  
C/C 19142-6

**BOLETO BANCÁRIO**

R\$ 110,00, À VISTA

2 parcelas de R\$ 65,00,  
pagamentos subsequentes  
a cada 30 dias após o 1º  
pagamento

3 parcelas de R\$ 45,00,  
pagamentos subsequentes  
a cada 30 dias após o 1º  
pagamento

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

PREZADO CLIENTE, APÓS O PAGAMENTO, FAVOR ENVIAR O COMPROVANTE DE DEPÓSITO POR FAX P/ (11) 3931-7700  
OU ESCANEADO POR E-MAIL: [administracao@editora4estacoes.com.br](mailto:administracao@editora4estacoes.com.br)

Nome ou Empresa \_\_\_\_\_

CNPJ/CPF \_\_\_\_\_

Endereço \_\_\_\_\_

Cep | | | | | | | | | | Cidade \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_

DDD \_\_\_\_\_ Telefone \_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Assinatura \_\_\_\_\_

## COMPORTAMENTO

PEDIATRA EXPLICA O BÊ-Á-BÁ DOS  
PRIMEIROS MIL DIAS DA CRIANÇA (PARTE 2)

## PRODUTO

JELLY SAFETY1ST É A CADEIRA DE  
ALIMENTAÇÃO QUE ACOMPANHA O  
CRESCIMENTO DA CRIANÇA

## PUERI EXPO-2018

EVENTO APRESENTOU AS NOVIDADES  
EM PRODUTOS PARA CRIANÇAS DE  
ZERO A TRÊS ANOS

EVENTO APRESENTOU AS NOVIDADES EM PRODUTOS PARA CRIANÇAS DE ZERO A TRÊS ANOS EM SÃO PAULO, COM MAIS EXPOSITORES E MAIS VISITANTES – A ÁREA DE EXPOSIÇÃO CRESCIU MAIS DE 125%, COM AUMENTO DA INTERNACIONALIZAÇÃO E JÁ TEM 40% DE REMARCAÇÃO PARA A PRÓXIMA FEIRA DE NEGÓCIOS

## Pueri Expo expande excepcionalmente sua posição na América Latina

visitantes em 2017) de 11 países recomendados para suas empresas e se informaram na plataforma central de comércio para toda a indústria de bebês e crianças na América Latina sobre as últimas tendências e produtos da indústria. A próxima temporada. 300 marcas expositoras atraentes, um acréscimo de 45%, de 22 países, apresentaram os novos produtos exclusivos mais importantes e os designs modernos para

lojas de bebês e boutiques para crianças aos principais tomadores de decisão do Brasil e dos países vizinhos. A feira de negócios, portanto, expandiu ainda mais seu alcance com visitantes e expositores, e ficou mais internacional do que nunca. A Pueri Expo aumentou seu espaço de exibição em relação ao ano anterior em mais de 125% para cerca de 7.000 metros quadrados brutos. A feira de equipamentos para crianças está, assim, firmemente estabelecida no mercado e no calendário de feiras do setor e já ocupa mais espaço para a 3ª edição do que o FIT 0/16, que acontece paralelamente. Juntas, a duas feiras apresentaram em uma área bruta de 13.000 m<sup>2</sup>. “A feira de negócios é o ponto de acesso para toda a indústria infantil na América Latina. Mais uma vez, apresentamos com sucesso nossa competência internacional

na indústria de bebês e crianças”, é o equilíbrio alcançado por Gerald Böse, presidente e diretor executivo da Koelnmesse. GmbH. “Foi um evento bem-sucedido. Os resultados recordes, como o grande número de novos expositores e o aumento do grau de internacionalização dos visitantes e expositores, falam por si. Com a FIT 0/16 e a Pueri Expo, nós precisamente atendemos as necessidades da indústria na região e implantamos o *know-how* da feira líder global Kind + Jugend perfeitamente e lucrativamente. Trata-se da única feira exclusiva de puericultura leve e pesada no Brasil e já cresceu 61% em número de expositores em relação ao ano passado”, afirma Cassiano Facchinetti, diretor geral da Koelnmesse Brasil, organizadora do evento.

Em seis anos, o volume de venda anual de produtos do segmento infantil em geral no Brasil passou de R\$ 2,7 bilhões para R\$ 3,9 bilhões.

Segundo a Associação Brasileira de Produtos Infantis (Abrapur), o faturamento só em puericultura leve chega à cifra de R\$ 1 bilhão no país. Em seis anos, o volume de venda anual de produtos do segmento infantil em geral no Brasil passou de R\$ 2,7 bilhões para



O display da K's Kids, uma das marcas em exposição na Brasbaby



Feira aconteceu no Expo Center Norte entre os dias 7 e 10 de junho e reuniu cerca de 200 marcas expositoras entre nacionais e internacionais

R\$ 3,9 bilhões. O crescimento de 45,6% foi apurado por estudo da agência de inteligência Euromonitor. Somente nos últimos dois anos, a variação de crescimento foi de 8%, dado que demonstra que mesmo durante a crise o segmento manteve certo fôlego.

Dados da agência indicam que os produtos para bebês movimentam R\$ 25 bilhões por ano no mundo todo. O Brasil é o terceiro maior consumidor de fraldas descartáveis do mundo; anualmente são vendidas cerca de 35 milhões de mamadeiras e os itens mais comprados por meio online são: fraldas descartáveis, cadeiras para automóvel, lenços umedecidos e brinquedos.

As feiras de negócios da FIT 0/16 primavera/verão e a Pueri Expo reuniram os principais expositores e tomadores de decisão, e demonstraram de forma impressionante que o conceito do evento libera uma variedade de sinergias para os participantes e oferece novos impulsos adicionais para a indústria.

Muitos dos principais participantes internacionais do mercado como a ABC Design, a Avent, a Babyfehn, a Chicco, a Cybex, a Dorel, a Ergobaby, a MAM, a NUK, a Peg-Pérego, a Skip Hop, a Trunki e a Twistshake apresentaram os seus produtos e inovações na Pueri Expo.

Mais uma vez representados na FIT 0/16 estavam importantes players internacionais como Calvin Klein Jeans, Tommy Hilfiger e Promperu, que apresentavam fornecedores de roupas feitas de algodão Pima em um pavilhão. Parangolé, Aaran Baby, Pato Baby, Charminho, Le Infantti, Pukeko e Mooui apresentaram suas coleções pela primeira vez no FIT 0/16 com grande sucesso. NUK, MAM, BabyGo, Sam & Peas

e Munchkin estavam lá pela primeira vez e estão entusiasmados com a Pueri Expo. Para os expositores nos pavilhões de países como China, Peru e EUA, as feiras oferecem uma plataforma ideal para apresentar seus novos produtos em designs modernos para pais modernos.

Expositores e visitantes entusiasmados

Um total de 300 expositores se apresentaram na feira de negócios. 212 marcas vieram do Brasil; 88 marcas estrangeiras de 21 países participaram: Austrália, Bélgica, China, Chile, Alemanha, França, Reino Unido, Irlanda, Israel, Itália, Canadá, Holanda, Noruega, Peru, África do Sul, Espanha, Suécia, Suíça, Tailândia, Uruguai e os EUA. Muitos expositores internacionais usaram o *matchmaking* personalizado e conseguiram gerar contatos valiosos. Além de muitos visitantes brasileiros, participantes da Argentina, Bolívia, Chile, China, Costa Rica, Israel, Itália, Peru, Uruguai e EUA também fizeram uso da oferta diversificada da plataforma de comércio e conhecimento. Um clima maravilhoso prevaleceu nos salões com os participantes muito satisfeitos da feira. Eles elogiaram a classe internacional pela qualidade do evento e pela alta qualidade das feiras. Por essa razão também, uma taxa de remarcação de 40% para o próximo evento também já foi realizada durante a feira.

“Nós exibimos na Kind + Jugend por 12 anos. Com distribuidores na Europa e na Ásia, agora voltamos nossa atenção para o potencial



Palestras e workshops interessantes no Fórum de Tendências inspiraram e forneceram impulsos importantes em relação a temas de mercado

da América Latina. Nossa experiência aqui no Pueri Expo foi ótima. Conversamos com mais de 50 distribuidores em potencial e escolheremos um para comercializar nossos produtos de cuidados infantis exclusivamente aqui no Brasil. Nós provavelmente voltaremos para a próxima

edição, “Ronald Koreman, diretor da Dooky, resume o sucesso de sua participação na feira.

Também Dean Tollman, diretor do UK na Vital Baby, chegou a uma conclusão de comércio justo muito positiva: “A Vital Baby está expandindo globalmente e estamos buscando distribuidores para nossos produtos e acessórios para cuidados infantis no mercado internacional. Como o Brasil tem um grande potencial, decidimos participar da Pueri Expo e estudar as possibilidades no país. Essa experiência foi muito boa para nós, pois tivemos muitos visitantes e, o mais importante,

visitantes altamente qualificados. Conversamos com vários distribuidores em potencial e analisaremos cada um deles de acordo com nosso plano de negócios. Esperamos fechar um bom negócio e voltar com uma parceria nacional para o próximo show.”



BabyGo apresentou as novidades em puericultura leve com destaque em mamadeiras e chupetas



Fotos: Eduardo Santos

A Pueri Expo única feira exclusiva para o setor de puericultura no Brasil, inspirada na “Kind+Jugend”, que acontece em Colônia, na Alemanha, chegou à sua terceira edição. O evento, que aconteceu de 7 a 10 de junho, no Pavilhão Vermelho do Expo Center Norte, em São Paulo, trouxe as avançadas tecnologias em produtos dos segmentos de puericultura pesada (carrinhos de passeio, cadeiras para refeição, cangurus, móveis infantis) e leve (chupetas, chocalhos, mamadeiras, bicos, enxoval). O potencial do mercado no Brasil, a partir das projeções do IBGE para este ano, pode ser medido pela população de bebês (de 0 a 3 anos), que é de pouco mais de 11 milhões de crianças.

Junto com a FIT 0/16, a Pueri Expo encerrou no dia 10 de junho após quatro dias de sucesso e inspiração, com resultados muito bons. Um total de 9.424 visitantes (mais 9,5%, 8.607



Daniel Falcão, diretor comercial da Brasbaby



Brinquedos Bandeirante na Pueri Expo apresentou sua linha de rodados



Burigotto trouxe vários lançamentos na linha de puericultura pesada



Prime Baby teve como destaque produtos da marca Twistshake



Distribuidora Semaan apresentou portfólio de marcas que representa no território nacional



A nova linha de carrinhos da Multikids Baby

**Um programa de eventos de alto nível e exclusivo**

O programa do evento foi mais uma vez um atrativo ponto de encontro central para muitos participantes das feiras se informarem sobre as tendências atuais. O Kids Catwalk apresentou estilos da moda nos primeiros três dias

da feira nos desfiles populares. Em conexão com a revista de moda Harper's Bazaar Kids Brasil, o Kids Trend Fashion Space forneceu informações sobre as coleções de primavera / verão de 2018/19. O Showroom Puericultura foi um espaço de apresentação inspirador para apresentações de produtos inovadores no segmento de equipamentos infantis. Muitas palestras e workshops interessantes no Fórum de Tendências inspiraram e forneceram impulsos importantes em relação a temas de mercado, tendências de moda e conceitos de vendas, por exemplo, sobre varejo omnichannel e vendas via canais de mídia social. No ônibus de consulta do Sebrae, muitas pequenas e médias empresas tiveram a oportunidade de consultar analistas a respeito de temas como fundação, contabilidade, seleção de fornecedores e marketing. A parceria para expositores e visitantes

internacionais também teve uma resposta muito positiva. Outro destaque foi a apresentação do Consumer Awards da Kind + Jugend. Foram mostrados os vencedores de oito países que receberam a distinção pelos produtos e best-sellers estabelecidos no mercado no último Kind + Jugend em várias categorias.



O diretor de Redação da Brincar Eduardo Santos foi conferir as novidades da Pueri

**Cadeira de Alimentação Jelly - Safety1st**

A introdução das primeiras papinhas do bebê é um momento cercado de expectativas. Sem dúvida é uma fase que merece atenção por parte dos pais, já que nessa época o paladar dos pequenos será formado e os hábitos alimentares também. Mas como escolher a melhor cadeira de alimentação para essa fase tão especial?

Além da segurança e praticidade que os cadeirões oferecem, permitem que bebês e crianças menores se socializem com toda a família na hora da refeição e sejam estimuladas a experimentar novos alimentos e ainda trabalhar a autonomia.

Muitas famílias acabam optando por não adquiri-la, pela necessidade de trocá-la em cada fase da criança ou por ser um acessório para bebê que ocupa muito espaço na casa. Mas seguindo a tendência e a necessidade

de produtos inteligentes, compactos e que acompanham o crescimento dos filhos, a Safety 1st apresenta a cadeira de alimentação Jelly.

A cadeira Jelly é um produto multifuncional 3 em 1 e



Jelly Safety1st é a cadeira de alimentação completa e portátil que acompanha o crescimento da criança

não precisa ser substituída por outro modelo, pois vai se transformando e adaptando-se as diferentes fases da criança. Inicialmente ela oferece a opção de cadeira alta ou cadeirão (a partir dos 6 meses até 3 anos), depois a posição booster ou assento de elevação (a partir dos 18 meses até 3 anos) e por fim cadeirinha infantil (a partir dos 3 anos)

Prática e com design completamente inovador, a cadeira de alimentação Jelly da Safety 1st pode ser transportada com muita facilidade pelos pais, pois possui compartimento interno para armazenamento das peças quando desmontadas, facilitando os deslocamentos e garantindo uma refeição confortável e segura aos pequenos durante os passeios ou viagens. E a higienização é muito simples, pois a cadeira dispõe de bandeja dupla removível que pode ser até mesmo lavada na lava-louças.

1 cadeira, 3 posições inteligentes para refeições em família que serão muito mais deliciosas, práticas e divertidas!

O produto é recomendado para crianças de 6 meses a 25kg / 2 cores: Green e Red.



1 cadeira, 3 posições inteligentes para refeições em família

**Kiddo lança Carrinho Nano**

A Kiddo, uma das mais tradicionais fabricantes e importadora do setor de puericultura pesada nacional, acaba de lançar o carrinho Nano. Considerado o menor carrinho do mundo. É super leve e fácil de guardar e carregar, o carrinho passeio possui encosto com duas posições, estrutura em alumínio e sistema de fechamento supercompacto em formato Z. O produto chega ao mercado para facilitar os passeios e viagens dos papais com o bebê. Dobrado e na sacola disponível para transporte, o carrinho pesa cerca de 6 kg. Além disso, o Nano possui limite de peso de até 15 kg, cesto de porta-objetos de 2 kg e cinto de segurança de cinco pontos.



O Nano possui limite de peso de até 15 kg, cesto de porta-objetos de 2 kg e cinto de segurança de cinco pontos.

**Móbile e Arco Tiny Love da Brasbaby**

Móbile Take Along Coleção Meadow Days é um brinquedo adorável com 5 músicas diferentes que podem tocar até 30 minutos sem interrupção. Proporciona ao bebê uma sensação de familiaridade enquanto estiver em movimento. Suas músicas calmantes e câmera lenta ajudam a relaxar. Seu conector é ideal para berços, carrinhos e bebê conforto.

O Arco Sunny Stroll Coleção Meadow Days foi projetado para dois estágios de desenvolvimento: exploração sensorial



Arco Sunny Stroll e o Móbile Take Along são brinquedos que incentivam o desenvolvimento das habilidades motoras

e aprendizagem por causa e efeito. Esse arco tem flexíveis movimentos de cima para baixo e para os lados tornando-o compatível com a idade do bebê. Esse arco acompanha um espelho fácil de puxar, uma graciosa raposa colorida, a fofa abelha, além do coelho esperto e uma bola texturizada. Todos esses brinquedos oferecem muita diversão e incentivam o desenvolvimento das habilidades motoras. É o acessório perfeito para passear tranquilamente de carrinho com a mamãe.

**O bê-á-bá dos primeiros mil dias da criança (parte II)**

**1000 Dias**



Para entenderem melhor, a Dra. Priscila Zanotti Stagliorio, Pediatra e Médica de Emergência Infantil, exemplifica a seguir os meses e fases da criança.

**A fase dos 0 aos 12 meses é o momento de muitas mudanças e rápidas!**

Desde que nasce, a criança passa por transformações semanais e isso é perceptível no físico, emocional e na sua saúde. Muitas famílias me procuram nesta fase com reclamações sobre cólicas, choro excessivo do bebê, privação de sono, entre outros percalços comuns no início de vida do bebê. Para todas as mães e papais sempre digo que entre o primeiro e terceiro mês da criança é como se fosse uma adaptação para ambos - o bebê está conhecendo o novo mundo fora do corpo da mãe e a família aprendendo a lidar com ele (e não importa se já possuem um, dois ou mais filhos). É importante acompanhar o calendário de vacinas e no primeiro ano realizar visitas mensais com o pediatra para que acompanhe o pleno desenvolvimento físico e emocional do seu bebê.

No primeiro mês o bebê não possui controle sobre seu corpo e seus reflexos são involuntários. Costuma mamar cerca de 10 a 15 vezes diariamente e em pequenos períodos - ele ainda não tem forças

para mamar seguidos e longos minutos - dormindo cerca de 18 a 22 horas por dia, intercalados com as mamadas. Sua visão é baixa e enxerga tudo como se estivesse embaçado por causa da retina dos olhinhos que ainda não estão unidas, o que favorece a nitidez apenas com a visualização próxima de 20 a 30 centímetros de seu rostinho. Sua audição é excelente e chega próxima a de um adulto por ter sido desenvolvida ainda dentro do ventre. Percebam que na hora do parto quando a mãe fala com o bebê, por segundos ele reconhece o som e parece não chorar por sentir-se seguro. Com 20 dias de vida é comum o bebê iniciar o processo de emissão de sons em resposta aos estímulos ou vira a cabecinha à procura do barulho que reconhece.

Entre o segundo e terceiro mês o desenvolvimento do bebê é progressivo tanto a criança como os pais já estarão mais afinados um com o outro. Neste período o bebê já começa a demonstrar afeto com sorrisos e olhares. Consegue dominar um pouco mais o corpinho, como, por exemplo, virar a cabeça para o lado quando colocado de bruços acordado. Em pé, parece querer andar, mas são reflexos involuntários que



Nesta idade bebê se sente mais seguro para, inclusive, explorar os ambientes sem a necessidade de um adulto por perto

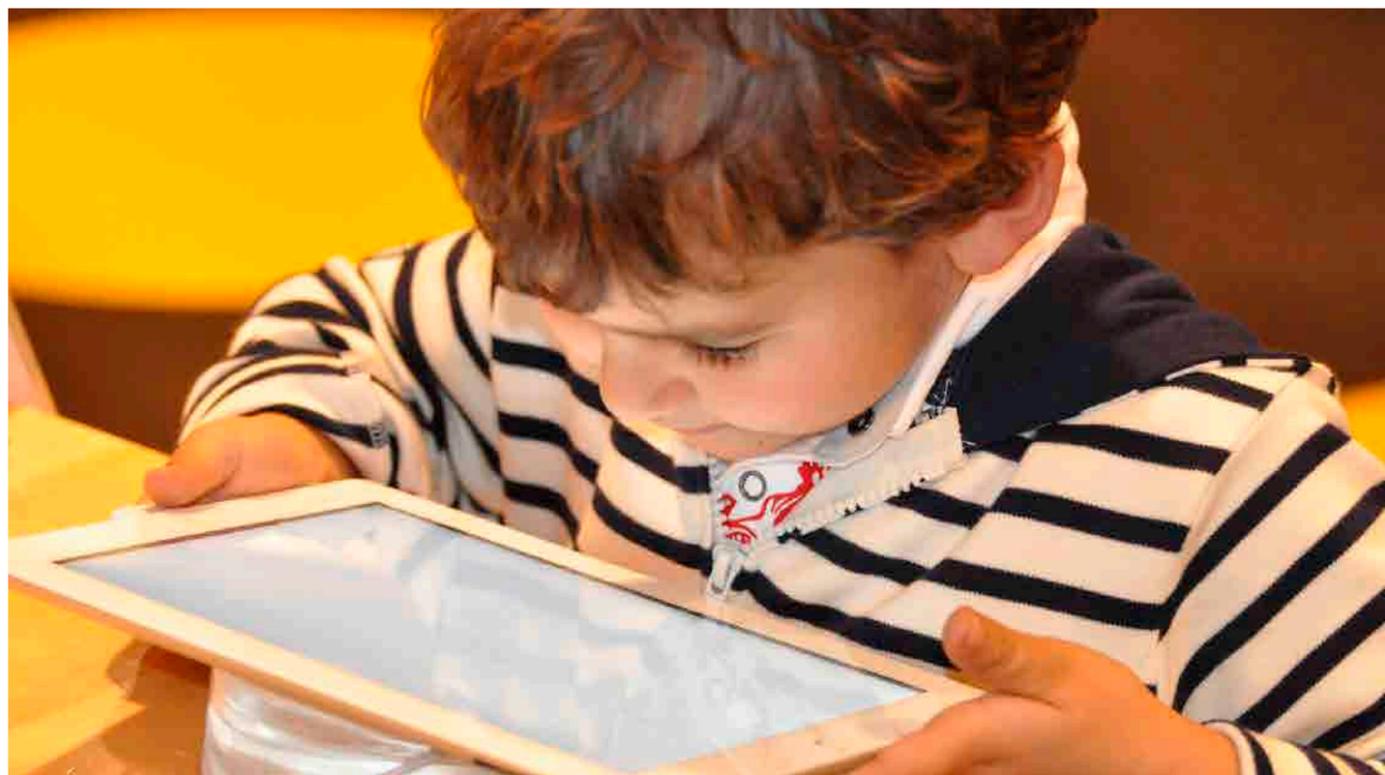


Do quarto ao sexto mês os bebês já possuem melhores reflexos corporais e neurológicos

caracterizam a marcha. Após o terceiro mês tenderá a ficar com a coluna mais ereta e as pernas mais fixas. Nesta fase o sono muda permitindo que a criança fique acordada períodos mais prolongados durante o dia e durma melhor a noite. Começa a levar a mão à boca, assim como brinquedos (apropriados).

Do quarto ao sexto mês os bebês já possuem melhores reflexos corporais e neurológicos, conseguindo sentar e brincar livremente - é legal colocá-los deitados de barriguinha para cima com brinquedos à sua volta para estimulá-los a pegar, assim como utilizar acessórios suspensos para que possam balançar com as mãos e chutar com os pequenos pezinhos. Eles adoram as cores primárias e objetos brilhantes, use e abuse destes estímulos, mas compre-os sempre em locais com procedência de qualidade para evitar alergias e riscos de algo pior. A partir desta idade o bebê se sente mais seguro para, inclusive, explorar os ambientes sem a necessidade de um adulto por perto (ao lado) e os pais podem deixá-los (à uma distância segura) brincarem com seus objetos e até mesmo com o próprio corpo para aprender a distinguir melhor o que o rodeia.

(continua na próxima edição)



## Pais precisam ter mais controle sobre o acesso das crianças às novas tecnologias

Por: Ana Regina Caminha Braga\*

Com o avanço tecnológico e o fácil acesso à informação - que vem por meio dos canais de televisão, tablets, computadores e celulares - fica cada vez mais difícil para os pais e responsáveis filtrarem a grande quantidade de conteúdo transmitido às crianças e adolescentes. Mas o que fazer e como lidar com tanta informação sem privar os pequenos dessas tecnologias?

Para Ana Regina Caminha Braga, psicopedagoga e especialista em educação

especial e em gestão escolar, o problema não está na tecnologia em si, mas, sim, nos pais, que muitas vezes usam desses meios como mera distração, sem dar a devida importância ao que a criança está fazendo. "As crianças chegam ao mundo e são apresentadas a uma enxurrada de inversão de valores. Muitos pais e responsáveis acabam deixando os filhos em frente à televisão, tablet, celular, sem se preocupar com o que está sendo transmitido e acabam usando aquele meio apenas como uma distração", comenta.

O que os pais lutam para construir dentro de casa e na escola, muitas vezes, é destruído em minutos. É importante que as crianças tenham acesso à tecnologia, desde que sejam orientadas para isso. Pais/responsáveis devem esclarecer suas dúvidas e acompanhar esse processo. "O nosso papel em casa e na escola é orientar. Caso os pais/responsáveis não estejam em casa para acompanhar a criança, é importante que haja uma pessoa que possa instruí-la ou dizer, pelo menos, o que é permitido ou não", complementa a especialista.

A psicopedagoga explica ainda que ao assistir a determinado programa, ou ter acesso a determinado conteúdo, a criança/adolescente reflete sobre

o que vê, faz conexões com a sua realidade e extrai os pontos positivos e negativos daquilo que acabou de visualizar. Nesses casos, é importante que haja uma conversa com a criança, explicando o que significa aquele programa ou informação, trazendo-a para a realidade de maneira adequada. Para finalizar, Ana Regina alerta que devemos evitar ao máximo o acesso aos conteúdos inadequados e controlar o que está sendo visto, deixando esse tempo para que a criança tenha oportunidade de desenvolver atividades que ajudem significativamente seu aprendizado e evolução.



Academia do Varejo/Divulgação

\*Ana Regina Caminha Braga é psicopedagoga e especialista em educação especial e em gestão escolar

# SUPER CROSS

— S X T —

**Pneus emborrachados e suspensão ativa com mola!**

\*REFERENTE A SUSPENSÃO TRASEIRA.



**Usual**  
BRINQUEDOS

[usualbrinquedos.com.br](http://usualbrinquedos.com.br)

# Lançamentos 2018

cofrinho



**bubu**  
E AS CORUJINHAS

casinha educativa



Valentina

Fashion ou Passeio



Truck Baby

com Baú ou  
com Caçamba

