

Brinox lança produto e reverte 100% do lucro no enfrentamento à violência contra a mulher

No Mês da Mulher, a companhia dá amplitude nacional a ações já desenvolvidas localmente há mais de quatro anos. Inserção da mulher no mercado de trabalho, sensibilização da sociedade e encorajamento à busca de ajuda por parte das mulheres são prioridades. A escala da violência contra a mulher no Brasil pode ser medida pelo relógio: no giro de um minuto, quatro agressões são registradas. A cada seis horas, portanto, quatro vezes por dia, uma mulher morre no país vítima da violência. Dados da ONU Mulher mostram que em todo mundo, um terço das mulheres já sofreu violência física ou sexual. Com uma série de ações de conscientização e enfrentamento a esta realidade já desenvolvidas em nível local há cerca de quatro anos, o Grupo Brinox, fabricante de utilidades domésticas com matriz em Caxias do Sul, na Serra Gaúcha, agora pretende dar amplitude nacional às iniciativas.

A novidade será marcada pelo lançamento de um copo especial alusivo à causa, com 100% do lucro das vendas destinado a entidades que atuam na defesa de mulheres que sofrem algum tipo de violência (física, sexual, psicológica, moral ou patrimonial/financeira). Além disso, haverá também uma ação exclusiva contemplando o próprio quadro de trabalhadores: para cada copo adquirido por um funcionário, a empresa doará o lucro de outro.

Inicialmente, o produto estará disponível na plataforma de e-commerce (pelo link Todas-seguras – brinoxshop) e na loja física do Grupo Brinox, em Caxias do Sul. O copo chega na cor laranja, escolhida por representar o fim da violência contra a mulher. E traz também a estampa de um asterisco.

“O asterisco é utilizado na linguagem como um ponto de



atenção para uma informação oculta. Por este motivo, o adotamos como símbolo, já que a violência doméstica muitas vezes não é vista e nem mesmo denunciada”, revela a gerente de Recursos Humanos do Grupo Brinox, Celiz Frizzo (foto), que recebeu o desafio da presidência e coordena as ações programadas.

A companhia já exibe um histórico de atuação na causa. As mulheres têm predominância de 60% no quadro de pessoal e de mais de 80% entre

os consumidores das marcas da empresa. Em sintonia com este contexto, a organização desenvolve diversas iniciativas e faz da causa feminina sua bandeira. O tema ganhou ainda maior relevância na medida em que a própria direção executiva orientou à intensificação de ações que envolvem a conscientização de todos os colaboradores, usando como palco os eventos comerciais, workshops e treinamentos, além de encorajar as mulheres a entenderem que estão sofrendo algum tipo

de violência e a denunciarem seus agressores.

“Queremos ser percebidos como uma empresa madura que somos e que se conecta a causas relevantes que transcendem seu próprio negócio”, afirma o CEO Christian Hartenstein.

Neste sentido, profissionais atuam interna e externamente com todos os públicos por meio de iniciativas diretas ou em parceria que intervenham nas causas e nas consequências da violência doméstica.

Os movimentos envolvem desde a formação humana e profissional, como de auxiliar de cozinha, em Caxias do Sul, e de operadora de empilhadeira, em Linhares (ES), passando por workshops com a gestão para conscientizar o público em geral e torná-lo agente de mudança. Até agora, 54 lideranças foram formadas. Nos workshops de formação humana, mais de 250 mulheres do grupo já receberam conteúdos voltados à saúde feminina, autoestima, consumo consciente, relações familiares saudáveis, violência e redes de apoio.

Para reforçar suas ações, o Grupo Brinox buscou parcerias. Em Caxias do Sul, além de integrar a Rede de Proteção à Mulher desde 2018, a empresa se associou à Casa Viva Rachel (abrigo destinado a mulheres que sofreram violência doméstica), doando bolsas e itens de beleza para ajudar na qualidade de vida e na recuperação da autoestima das acolhidas. Além disso, destinará o lucro da comercialização do copo para projetos que tenham a finalidade de auxiliar na causa, seja a partir da conscientização ou do atendimento a mulheres vítimas de violência.

A primeira entidade a ser contemplada com os recursos obtidos com a venda do copo é o Mapa de Acolhimento. A organização está presente em 27 estados do país e mantém uma equipe fixa contratada para garantir o atendimento rápido e eficaz de mulheres em situação de violência. A instituição, que conta também com psicólogas e advogadas voluntárias, realiza financiamentos coletivos para manter os serviços de auxílio gratuitos, mas sofreu forte impacto com a pandemia, perdendo muitos apoiadores fixos. Mais informações estão disponíveis no site oficial do Mapa do Acolhimento.



EXPEDIENTE

Jornal No Radar
é uma
publicação do



Diretor Executivo: Marcos Dytz Piccoli
marcos.piccoli@gruporscom.com.br
Diretora Comercial: Carla Adriana Pezzi
carla.pezzi@gruporscom.com.br
Diretor de Produto: Daniel Reche
daniel.reche@gruporscom.com.br

Gerente de Marketing Digital:
Marcelo Dytz Piccoli
marcelo.piccoli@gruporscom.com.br
Editor: Maicon Rech
maicon.camillo@gruporscom.com.br
Reportagens de Alice Corrêa e Fábio Carnesella

Fone: 54 3455.3999
www.gruporscom.com.br
geral@gruporscom.com.br
comercial@gruporscom.com.br

Rua Marechal Deodoro, 101
7º andar - Centro
95700-160
Bento Gonçalves



Magalu atinge R\$ 56 bi em vendas e dobra de tamanho

O Magalu (B3:MGLU3), empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) os resultados financeiros do quarto trimestre de 2021. A companhia comemora os números alcançados em um período extremamente desafiador, e segue sob o lema do crescimento sustentado, de longo prazo. “Em 2021, consolidamos nossa estratégia de crescer baseados no desenvolvimento de um marketplace multicanal, que seja a porta de entrada para milhões de varejistas ainda analógicos”, diz Frederico Trajano (foto), CEO do Magalu. “Batemos recordes importantíssimos e conseguimos tirar o melhor de cada área. E as aquisições que fizemos nos últimos dois anos para criar nosso ecossistema e diversificar as categorias de produtos vendidos vêm superando nossas expectativas.”

Em 2021, as vendas totais do Magalu – incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e e-commerce do marketplace (3P) – totalizaram quase 56 bilhões de reais. O crescimento de 28% foi impulsionado pelo aumento de 39% das vendas online, que soma-



Divulgação

ram 40 bilhões de reais e representaram 71% do GMV total da companhia. A expansão de quase 40% do e-commerce no ano passado ocorreu sobre uma base recorde de vendas online, que já tinham crescido 131% em 2020. O crescimento das vendas digitais do Magalu foi mais uma vez superior à do mercado brasileiro – de 27%, segundo a Neotrust – e o SuperApp da companhia ultrapassou 42 milhões de usuários ativos por mês. No ano, os canais digitais do ecossistema Magalu venderam mais de 200 milhões de itens.

As vendas das lojas físicas também registraram crescimento, de 5,8%. No quarto trimestre, as vendas cresceram 4% e

atingiram 15,5 bilhões de reais, mesmo com a deterioração dos indicadores macroeconômicos – aumento da inflação e da taxa de juros –, que impactam diretamente as categorias de bens duráveis. Em 2021, o lucro da companhia atingiu 590 milhões de reais. No quarto trimestre, foi de 93 milhões de reais.

Se o e-commerce foi o motor do crescimento da companhia em 2021, o marketplace foi o motor da expansão do e-commerce. Os 160 000 sellers do marketplace Magalu totalizaram vendas de 13 bilhões de reais em 2021, valor 69% acima do ano anterior e quatro vezes o montante de 2019. Com o resultado, em fevereiro deste ano, o marketplace ultrapassou o GMV das lojas físicas da companhia pela primeira vez na história. O desempenho do marketplace está diretamente vinculado ao conceito de multicanalidade, adotado de forma pioneira pelo Magalu. As 1 480 lojas físicas da empresa, rapidamente, estão ganhando um novo significado, conforme adquirem novas funcionalidades. Mais de 400 lojas já foram transformadas em ponto de expedição das vendas dos sellers do marketplace.

EDITAL GAÚCHO DE INOVAÇÃO

Primeiro ciclo aprova 12 projetos

Foram aprovadas 12 ideias de indústrias de Porto Alegre, Caxias do Sul, São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha e Flores da Cunha para serem transformadas em projetos no primeiro ciclo do Edital Gaúcho de Inovação para a Indústria. Essa é a terceira edição da iniciativa promovida pelo Sesi, Senai, IEL e Sebrae, com apoio da FIERGS, da Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia do Estado do Rio Grande do Sul, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs) e Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O objetivo é promover a cultura da inovação e aumentar a competitividade da indústria do RS.

O edital disponibiliza recursos entre R\$ 200 mil e R\$

600 mil por projeto. Além de recurso financeiro, os projetos aprovados têm acesso ao know how das instituições para o desenvolvimento da ideia e utilização dos centros de pesquisa, desenvolvimento e inovação do Sesi e do Senai. Também poderá participar de ação complementar do Sebrae com foco em empreendedorismo, modelagem de negócio e divulgação do produto, e do IEL, com foco na gestão da inovação e liderança da empresa. Os projetos aprovados terão ainda uma capacitação e mentoria em Propriedade Intelectual, por meio do INPI.

O novo ciclo da terceira edição do Edital Gaúcho de Inovação para a Indústria segue com inscrições abertas até 3 de maio. Podem participar indústrias – grandes, médias, pequenas, mi-

cro ou startup – contribuintes de Sesi e Senai, com CNPJ registrado no Rio Grande do Sul. Não podem estar inadimplente com alguma das instituições ou Sebrae, não ter débitos fiscais e não ter dirigente com vínculo profissional com algum dos entes do edital. As ideias podem ser enquadradas nas seguintes linhas: Agritech, Bioeconomia, Cidades Inteligentes, Design para Produto, Economia Circular, Edutech, Energias Renováveis, Indústria 4.0, Materiais Avançados, Nanotecnologia, Sistemas de Energia, Tecnologias Aplicadas a Saúde Hospitalar e Saúde Mental no Ambiente de Trabalho (Sesi).

As empresas interessadas devem submeter suas ideias por meio do endereço www.egii.com.br.

LIVRE INICIATIVA

Apeme Cashback tem 20 lojas participantes e novas facilidades

O que já era fácil ficou ainda melhor. A partir dessa semana, quem utiliza o Apeme Cashback não precisa mais escanear o QR-Code na hora de receber os créditos. Basta informar o CPF e pronto. O programa, da Associação de Pequenas e Médias Empresas de Garibaldi (Apeme) permite que o consumidor receba de volta parte do valor gasto nos estabelecimentos participantes e possa utilizá-lo como desconto em novas compras. Um dos diferenciais é que, ao contrário dos programas de cashback comuns, no Apeme Cashback o desconto vale em qualquer empresa participante – já são mais de 20 e o número cresce a cada dia. E não para por aí: para participar basta baixar o aplicativo no seu celular. Sem custo e sem burocracia.

O Apeme Cashback foi criado a partir da sugestão de comerciantes, diretoria e colaboradores da associação, como forma de incentivar o consumidor a preferir as empresas da cidade para fidelizar e proporcionar experiência tecnológica aos clientes. O cadastramento de empresas que desejam aderir segue aberto. A porcentagem a ser paga aos clientes é definida pelo próprio estabelecimento. Interessados podem contatar a Apeme, pelo telefone (54) 3462-2755, pelo WhatsApp (54) 99175-3680 ou ainda através do e-mail comercial@apeme.com.br. Mais informações podem ser obtidas no link

<https://cashback.apeme.com.br/>



Divulgação

Empresas participantes

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| ■ Armazem Casa e Conforto | ■ Jam Instrumentos e Acessórios |
| ■ Assistech Online | ■ Ótica Ferentino – Carlos Barbosa |
| ■ Bom Peixe – Empório e Pescados | ■ Ótica Ferentino – Garibaldi |
| ■ Caramelo | ■ Palácio das Tintas |
| ■ Clothes Store | ■ Seletto Produtos Naturais e Veganos |
| ■ DCO Limpeza | ■ Tudo em Grãos Garibaldi |
| ■ Di Zanette Modas | ■ Vegetaria |
| ■ Disco Center | ■ Vipo |
| ■ Emporio Baby | ■ Zappas Acabamentos |
| ■ Guri do Smart | |
| ■ Ina Boeno Confeitaria Autoral | |

QUER IMPULSIONAR O SEU NEGÓCIO?

ANUNCIE NA MAIOR COBERTURA DE OUTDOOR DA SERRA!

☎ 54 99915.8575

📱 MIRADOOR

MIRADOOR
MÍDIA EXTERNA