

+

Boletim de Mercado

$E=mc^2$



# Volta às AULAS



---

Boletim de Mercado

# Volta às Aulas

---

## **DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA**

Sebastião de Oliveira Campos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Fabrizio Augusto Guaglianone de Souza - Diretor Técnico

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

## **UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO DO SEBRAE/PA**

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Roberto Belluci - Gerente Adjunto

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Rosana Barreiro Viana - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

## **RESPONSÁVEIS TÉCNICOS**

José Lopes Nunes Junior

Elisa Lara da Silva Vaz

## **EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO**

Roney Romulo Brito Sousa

## **REVISÃO TEXTUAL E METODOLÓGICA**

Márcia Janete da Cunha Costa

Elisa Lara da Silva Vaz

# Sumário



<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>4ª página</b>
<b>2. DESENVOLVIMENTO</b>	
A Volta às Aulas e o covid -19 .....	<b>5ª página</b>
Panorama Econômico .....	<b>6ª e 7ª Páginas</b>
Quantidade de empresas por segmento mais impactadas .....	<b>8ª e 9ª Páginas</b>
O comportamento dos pais no Volta às Aulas .....	<b>10ª Página</b>
Alta nos preços e principais itens de material escolar .....	<b>11ª e 12ª Páginas</b>
Como contornar a situação e lucrar fazendo negócios .....	<b>13ª Página</b>
Setor deve arredar .....	<b>14ª Página</b>
Pará é um dos Estados que importa matérias escolares .....	<b>15ª e 16ª Páginas</b>
Escolas e empresas do setor devem se adaptar .....	<b>17ª e 18ª Páginas</b>
Como os consumidores escolhem onde comprar em 2022? .....	<b>19ª Página</b>
Tendências de compras on-line .....	<b>20ª a 23ª Página</b>
<b>3. CONCLUSÃO</b> .....	<b>24ª Página</b>
<b>4. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>25ª Página</b>



# INTRODUÇÃO



A Pesquisa Observatório de Volta às Aulas, realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Pará (Sebrae-PA), tem como objetivo disponibilizar uma avaliação geral de aspectos e variáveis impactados pela data sazonal em questão: a volta às aulas. O boletim teve como fontes de dados pesquisas já existentes no mercado, que deram suporte para que a temática em questão fosse melhor explorada, avaliada e interpretada de forma a entregar dados consistentes aos interessados.

A ideia deste observatório é munir as micro, pequenas e médias empresas com avaliações mercadológicas importantes, além de deixar orientações de ações que podem ser implementados em seus negócios, para que este período seja aproveitado da melhor forma possível para se pensar o planejamento de ações e implementar estratégias de marketing, comunicação e de reforço de vendas.

**E que tal aproveitar essa oportunidade de mercado, os dados e as dicas desse relatório para fazer muito mais negócios?**



# DESENVOLVIMENTO



## A Volta às Aulas e a covid-19

**A**pós cerca de dois anos desde o início da pandemia da covid-19, que fez com que escolas e universidades suspendessem aulas presenciais para preservar a saúde de seus alunos, muitas instituições educacionais públicas e privadas esperam retornar ao modelo regular em 2022, algumas com calendários definidos para aulas presenciais e outras em sistema híbrido – parte das disciplinas é feita de forma remota e parte requer a presença física dos estudantes.

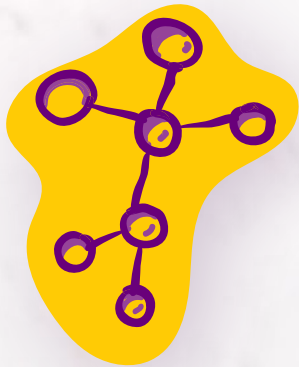
No Pará, embora muitas escolas e universidades já estejam prontas para o retorno, em outras a situação é mais crítica. Uma das instituições localizadas na capital paraense, Belém, por exemplo, precisou adiar por pelo menos uma semana

o retorno presencial por conta da alta de casos da variante Ômicron e da gripe na cidade.

Já as que vão retornar ao ambiente escolar mesmo assim o fazem pela maior segurança proporcionada pelo avanço da vacinação da covid-19, especialmente de crianças, que iniciou neste mês de janeiro no Pará. Segundo o Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Estado do Pará (Sinepe-PA), as instituições de ensino particular adequaram espaços físicos para receber alunos, professores e funcionários com segurança, atendendo a todos os protocolos sanitários que continuam em vigor e que serão mantidos obedecendo as determinações publicadas em decretos do Governo do Estado.



# Panorama Econômico



$E=mc^2$

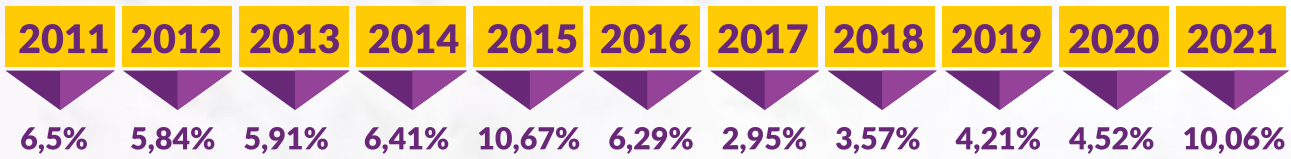
A crise econômica provocada pela pandemia da covid-19 no Brasil e no mundo foi responsável pelo aumento de preços de produtos e serviços. Seguindo o comportamento do mercado em vários outros segmentos, o ramo de volta às aulas em geral tem enfrentado as mesmas dificuldades. Enquanto o consumidor, que já precisa fazer o pagamento de contas, impostos e gastos extras no início do ano, terá mais dificuldade para comprar os itens escolares solicitados por cada estabelecimento, as lojas também enfrentam uma retomada após a recessão.

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que mede a inflação oficial do Brasil, foi divulgado neste mês de janeiro pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo o órgão, 2021 fechou com uma inflação de 10,06%, maior nível para um ano desde 2015, quando ficou em 10,67%. Na comparação com 2020, a alta foi de 5,54 pontos percentuais, já que a inflação daquele ano fechou em 4,52%.

O resultado de 2021 ficou bem acima do centro da meta estabelecida pelo Banco Central (BC) para o ano, que era de 3,75%, com margem de tolerância de 1,5 ponto percentual para mais ou para menos, ou seja, podendo variar entre 2,25% e 5,25%. Em contrapartida, a Região Metropolitana de Belém atingiu o último lugar na escala das capitais na inflação de 2021, alcançando o índice de 8,1%, em contraste com os 12,73% de Curitiba, que teve o maior índice.

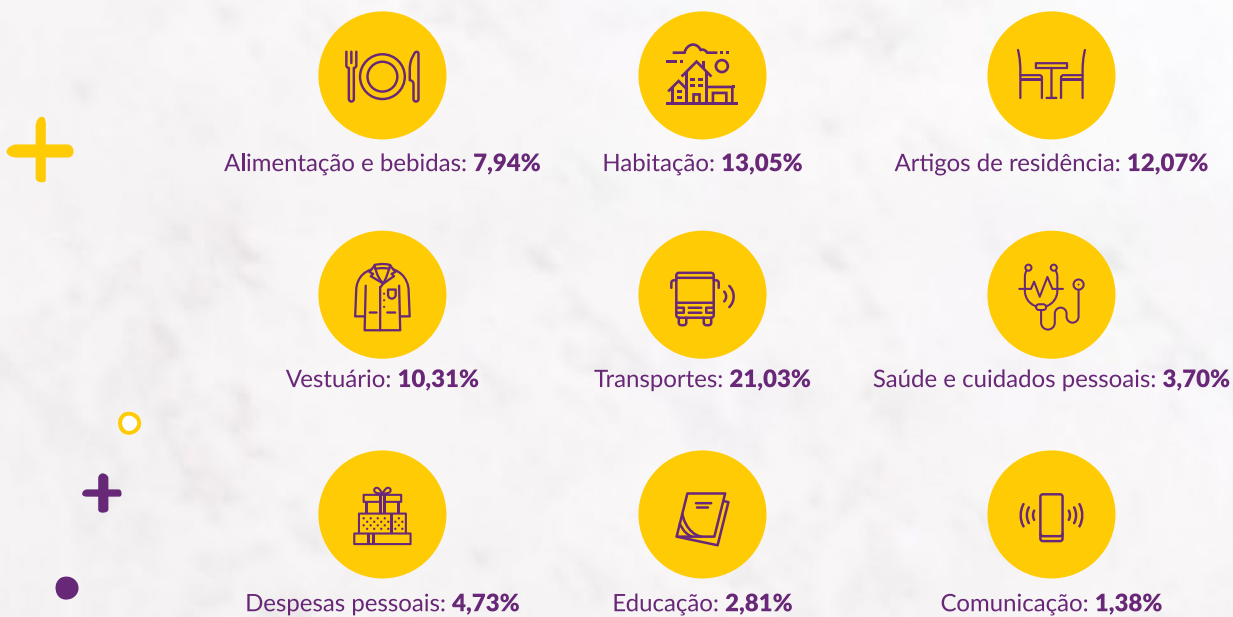


# Evolução da inflação no país:



Fonte: IBGE (2022). Organizado pelos autores

## Itens que contribuíram para a alta da inflação em 2021:



Fonte: IBGE (2022). Organizado pelos autores



## Resultado da inflação de 2021 na capital paraense

Belém: 8,1% - Última no ranking  
Curitiba: 12,73% - Primeira do ranking

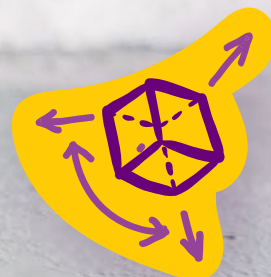
Fonte: IBGE (2022). Organizado pelos autores



## Intenção de Consumo das Famílias em 2021

Brasil: 71,6 pontos – queda de 9,9%, menor nível histórico  
Norte: 59,5 pontos – menor indicador – queda de 26,1%  
maior queda na intenção de consumo

Fonte: CNC (2022). Organizado pelos autores



# Quantidade de empresas por segmento mais impactadas

A Região Metropolitana de Belém (RMB) tem mais de 1.700 escolas públicas e particulares. A maioria, mais de 1.000, está em Belém, a capital paraense, e o restante se divide entre as cidades de Ananindeua, Marituba, Benevides e Santa Bárbara (IBGE, 2020).

Este número de escolas e de alunos matriculados nas instituições demanda serviços de diferentes segmentos. Informações do Simples Nacional,

observadas no Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (Sinac) e do Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos do Simples Nacional (Simei), mostram que, entre as empresas mais demandadas durante o período de volta às aulas, as que mais se destacam em presença em nosso estado, são os professores particulares e comércio varejista de artigos de armário (BRASIL, 2022).

## Quantidade de empresas por porte e segmento mais demandadas na volta às aulas

SEGMENTO	Total MEI	Total (ME+EPP)	Total MPE
Armarinhos	6.736	1.061	7.797
Professores particulares	2.779	196	2.975
Lojas de variedades	1.387	296	1.683
Fabricação de artigos do vestuário e Malharias	134	1.216	1.350
Papelarias	606	712	1.318
Transporte escolar	507	222	729
Escolas de Educação infantil - pré-escola	0	492	492
Livrarias	260	133	393
Escolas de Ensino Fundamenta	0	272	272
Escola de Ensino de música	169	10	179
Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios	0	131	131
Lojas de departamentos ou magazines	0	123	123
Escolas de Educação infantil - creche	0	91	91
Escolas de Ensino médio	0	82	82
Educação superior - graduação e pós-graduação	0	66	66
Atividades de apoio à educação	0	65	65
Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria	0	54	54

Fonte: BRASIL (2022). Organizado pelos autores.



## Número de escolas públicas e particulares na região metropolitana de Belém

CIDADE	Ensino Infantil	Ensino Fundamental	Ensino Médio	QTD
ANANINDEUA	116	240	67	423
BELÉM	368	546	179	1.093
BENEVIDES	28	48	8	84
MARITUBA	40	62	10	112
SANTA BÁRBARA	21	25	2	48
TOTAL:	573	921	266	1.760
PARÁ	7.053	9.278	877	17.208

Fonte: IBGE (2020). Organizado pelos autores

## NÚMERO DE ESCOLAS NO PARÁ

### ENSINO INFANTIL

Ano	Quantidade
2010	6.196
2012	6.546
2014	6.946
2016	7.031
2018	7.019
2020	7.053

Fonte: IBGE (2020).

### ENSINO FUNDAMENTAL

Ano	Quantidade
2010	10.887
2012	10.592
2014	10.127
2016	9.804
2018	9.438
2020	9.278

### ENSINO MÉDIO

Ano	Quantidade
2010	691
2012	729
2014	752
2016	779
2018	842
2020	877

## 12 MATERIAIS ESCOLARES QUE NÃO PODEM FALTAR NO SEU PRIMEIRO DIA DE AULA

Já que é momento de volta às aulas, é importante que você empresário esteja atento aos itens que mais poderão ser procurados, não deixe de ofertá-los aos seus clientes!

1. Máscaras.
2. Caderno de 10 matérias.
3. Conjunto de lápis de cor.
4. Canetas.
5. Lápis e lapiseiras.
6. Cadernos de anotações.
7. Estojos.
8. Folha A4.
9. Borracha e apontador.
10. Pincel aquarela.
11. Tesoura e régua.
12. Mochila.

Fonte: Shopee Blog (2021).

Confira os materiais que mais devem ser procurados e vendidos na volta às aulas do Pará

1. Cadernos de várias matérias com divisões internas
2. Canetas
3. Lápis
4. Borracha
5. Apontador
6. Régua
7. Marcador de texto
8. Lapiseira
9. Cola branca
10. Cola colorida
11. Cola de isopor
12. Tesouras
13. Papel A4
14. Papel com pauta
15. Pastas
16. Pasta L para documentos
17. Mochilas
18. Caderno brochura, pequenos e grandes

Fonte: Sindilojas-PA. Pesquisa Direta (2022).

# O comportamento dos pais no Volta às Aulas



**M**esmo que as aulas estejam voltando ao modelo presencial, não quer dizer que a pandemia acabou, e muitas medidas de segurança devem ser seguidas para garantir a saúde das crianças, adolescentes ou mesmo adultos. Desde o início da pandemia, muitos pais já se acostumaram com os filhos dentro de casa e, agora, o retorno pode causar preocupação, por conta da exposição a outras pessoas. Para prevenir casos de covid nas escolas e outras instituições educacionais, o governo federal emitiu uma guia com passos a serem seguidos.

## Medidas para serem cumpridas dentro das escolas

1. Deve ser mantida uma quantidade suficiente de máscaras para as trocas durante o período de permanência na escola, considerando o período máximo de uso de três horas para máscara de tecido e quatro horas para máscara cirúrgica, ou trocas sempre que estiverem úmidas ou sujas;
2. Evitar o uso de áreas comuns, como bibliotecas, parquinhos, pátios e quadras. No caso da prática de atividade física, optar sempre que possível por atividades individuais e ao ar livre;
3. Evitar ao máximo o uso de materiais coletivos e o compartilhamento de materiais;
4. Fazer uso de máscaras, inclusive durante a atividade física;
5. Evitar atividades em grupo, programas após a escola e grandes eventos;
6. Realizar as refeições nas salas de aula em vez de utilizar o refeitório;

7. Suspender o uso de armários compartilhados;
8. Evitar a entrada de voluntários, convidados externos e pais ou responsáveis na escola;
9. Orientar que os estudantes levem suas garrafas de água, evitando a utilização de bebedouros coletivos e o compartilhamento de garrafas;
10. Intensificar a frequência de limpeza e desinfecção para minimizar o potencial de exposição a gotículas respiratórias;

**Fonte: GOVERNO (2022).**


## Em casos de covid-19 nas escolas

1. Ao identificar um estudante com sinais e sintomas de síndrome gripal, a escola deve acionar os pais/responsáveis, orientando que esse estudante deve comparecer a uma Unidade Básica de Saúde (UBS).
2. Os pais ou responsáveis dos estudantes e os profissionais de educação também devem comunicar a escola do aparecimento de sinais, bem como se teve ou tem contato próximo com caso confirmado ou suspeito de covid-19.
3. Adicionalmente, as autoridades locais de saúde e a equipe da Atenção Primária à Saúde de referência da escola devem ser comunicadas.
4. Em situação de caso confirmado, deve-se providenciar limpeza e desinfecção imediata do ambiente. Os profissionais e a comunidade escolar devem ser informados, e as atividades escolares devem ser reavaliadas.

**Fonte: GOVERNO (2022).**



# Alta nos preços e principais itens de material escolar



Um dos impactos do reajuste inflacionário é a consequente alta de produtos e serviços de vários segmentos, e o material escolar não fica de fora. Nacionalmente, a Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares (ABFIAE) mostra que os itens que serão utilizados pelas crianças e adolescentes nas escolas tiveram altas entre 15% e 30%, acima da inflação anual, com reajustes elevados em todas as categorias de materiais. Segundo a entidade, nenhum produto escapará da alta de preços e todas as categorias de produtos sofrerão aumentos.

No Pará, um levantamento realizado pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) aponta que os principais itens que compõem a cesta de material escolar estão mais caros em 2022, em percentuais também acima da inflação. O órgão realizou estudos em lojas de departamentos, papelarias e livrarias da Região Metropolitana de Belém, além do Mercado Popular, entre os dias 30 de dezembro e 4 de janeiro, com cerca de 50 itens, e afirma que a alta de preços é “generalizada”. Em alguns casos, se forem atendidas integralmente pelos pais ou responsáveis, podem chegar a custar mais de um salário mínimo – hoje no valor de R\$ 1.212, em vigor desde 1º de janeiro.





# Principais itens de material escolar que tiveram alta acima da inflação

Produto	Variação em 12 meses	Preço Médio
Caixa de giz de cera pequena com 12 unidades	25,45%	R\$ 3,45
Cola para isopor de 40g	23,89%	R\$ 3,63
Caixa de massa para modelar com 12 unidades e 180g	22,63%	R\$ 6,45
Caixa de tinta guache com seis unidades	16,23%	16,23%
Caixa de lápis de cor grande com 12 unidades, apontador, lápis e borracha	11,3%	R\$ 21,87
Caderno	entre 8% e 15%	R\$ 50,00

Fonte: Dieese-PA. Pesquisa Direta (2022).



## Principais itens de material escolar que tiveram alta abaixo da inflação

Produto	Variação em 12 meses	Preço Médio
Pacote de caneta com três unidades	9,22%	R\$ 5,45
Caixa de "gizão" de cera triangular com 12 unidades	8,7%	R\$ 6,25
Resma de papel com 500 folhas A4	7,53%	R\$ 22,29
Pacote de lápis preto com duas unidades	7,24%	R\$ 6,96
Unidade de borracha branca	6,87%	R\$ 5,29
Unidade da folha de cartolina	6,8%	R\$ 1,1

Fonte: Dieese-PA. Pesquisa Direta (2022).

O órgão destaca que outros produtos que compõem a cesta de material escolar também ficaram mais caros nos últimos 12 meses, mas não especificou os preços nem os percentuais de reajuste. Entre eles estão mochilas, lancheiras, apontadores,

réguas, aventais, canetas, lapiseiras, corretivos líquidos e outros. Fora a questão dos preços, o Dieese ainda aponta que havia pouca quantidade de material escolar à disposição dos pais e responsáveis nas lojas no período da pesquisa.

# Como contornar a situação e lucrar dentro do negócio

**D**atas sazonais, como a de volta às aulas, são ótimas oportunidades para que as empresas possam aproveitar a movimentação do mercado e as demandas do período para potencializar suas vendas. Para isso acontecer, é necessário haver planejamento, uma boa execução das ações e uma pitada de criatividade envolvida, surpreendendo clientes e até mesmo a concorrência.

Em um momento negativo para a economia, de altas de preços e baixo poder de compra, as empresas relacionadas com o segmento de volta às aulas precisarão de preparar e adotar estratégias de marketing para ficar bem posicionadas no mercado. O primeiro passo para isso é conhecer o cliente: saber o que ele compra, quais os produtos mais populares e os que dão mais lucro. Depois disso, o empresário precisará abastecer seu estoque, principalmente, com esses itens, antecipando pedidos aos fornecedores e evitando quebrar o ciclo de compras em um momento de mais vendas, perto do retorno das aulas.

Além dos itens, uma boa forma de conquistar novos clientes é diversificar esse estoque, comprando também produtos diferentes, com opções de cores e tamanhos para vários gostos. E, para facilitar as compras do cliente, uma alternativa para vender mais é criar listas de materiais escolares, ou seja, selecionar os principais produtos que são comprados pelos pais e deixar a lista à disposição no estabelecimento. Dessa forma, em vez de vender isoladamente, o empresário garante a venda de vários itens.

Com a alta de preços, as ações promocionais também são válidas nesse momento. Para que isso seja possível sem gerar prejuízo ao empresário, é indicado que ele negocie valores mais baixos diretamente com o fornecedor, garantindo descontos também aos clientes. E, claro, comunicar essas promoções aos clientes é fundamental, portanto, o empresário deve afinar suas estratégias de comunicação e marketing.

## O que fazer para lucrar mais:

- Tenha claro quem é seu público-alvo! Tire da cabeça que qualquer cliente possa ter interesse no seu produto. Ofertas direcionadas ao atendimento das necessidades certas, geram maiores níveis de satisfação e, conseqüentemente, fidelização.

- O planejamento é essencial para se ter claras as etapas e quais estratégias serão adotadas para aquele período direcionado – No caso das Voltas às Aulas, lembre-se que existem os tomadores de decisões (os pais) e também os influenciadores (os filhos).

- Lembre-se que às compras dos itens que serão vendidos precisam ser comprados com certa antecedência para que estejam expostos no momento certo, na quantidade certa e com o preço adequado.

- A preparação da equipe de vendas é fundamental: eles serão responsáveis pela conversão das vendas com aqueles clientes que ainda não sabem ao certo o que levar. Por isso, treine, treine e treine a sua força de vendas.

- Não esqueça de criar campanhas de divulgação: elas informarão ao mercado que sua empresa está com ofertas especiais ou preparada com produtos/serviços especiais.

- Não esquecer de preparar o seu ponto de venda (PDV) para proporcionar uma experiência diferenciada ao seu cliente e que seja uma continuidade do que foi apresentado na sua campanha externa.

- Use ferramentas de comunicação tradicionais, mas também abuse das mídias digitais disponíveis.

- Para estimular o aumento das vendas e melhorar o ticket médio das aquisições pelos clientes, crie condições promocionais. Como descontos progressivos ou com sorteios de brindes.



# Setor deve arrecadar

Para a Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares (ABFIAE) existe uma boa expectativa com o retorno das aulas presenciais em 2022. Em outro estudo da Euromonitor International aponta que deve haver alta no faturamento do setor este ano e uma plena recuperação em 2023 (Negócios SC, 2022). No Pará, o Sindilojas também aposta em mais faturamento que ano passado, com alta de 50% em relação a 2021.

## VENDAS DO SETOR DURANTE A PANDEMIA

### Venda de material escolar no Brasil, em valores

2019	2020	2021	2022	2023
R\$ 17,4 milhões	R\$ 14,2 milhões	R\$ 15,3 milhões	R\$ 16,5 milhões (previsão)	R\$ 17,8 milhões (previsão)

Fonte: Negócios SC (2021).

Previsão de alta de  
**50%**  
nas vendas de  
materiais escolares em  
comparação a 2021.

Fonte: Sindilojas-PA. Pesquisa Direta (2022).



+

+

+

**DICA:** É fundamental que seu negócio invista na comunicação e não tenham receio de mostrar o preço nos anúncios. Se a jornada de compra está mais cautelosa, com os gastos colocados na ponta do lápis, o dever da comunicação é entregar as informações que o consumidor está buscando no momento.

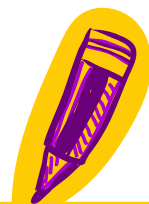
A divulgação em TV, por exemplo, é capaz de ajudar sua marca a vender mais. Mas, além dela, outros meios populares como a rádio, o jornal e a própria internet são importantes para atrair esse consumidor mais avesso ao risco. É por essa via que os negócios podem atrair o público, pois esperando pela chegada ao ponto de venda já pode ser tarde demais na jornada de compra.



# Pará é um dos Estados que importam material escolar

Pará importou um total de US\$ 55,8 mil em produtos relacionados a material escolar ou de escritório no ano passado, de acordo com dados do Centro Internacional de Negócios (CIN/FIEPA) (2022), ligado à Federação das Indústrias do Pará (Fiepa). Em tonelada, foram 73,15 entre janeiro e dezembro. O Estado fechou o ano na 19ª posição no ranking dos que mais importaram no país. O país que mais vende ao Estado é a China (81,93%), seguido da Irlanda (10,08%) e do Paquistão (6,01%). Confira alguns dos produtos mais comprados pelo Pará:

## 8 Produtos de Materiais de Escritório e Escolar mais importados pelo estado do Pará



Produtos	Importação 2020	Importação 2021	Variação 20/21	Participação 2021
Carimbos, incluindo os datadores e numeradores, sinetes e artigos semelhantes	18.171	17.913	-1,42%	32,06%
Tesouras e suas lâminas, de metais comuns	19.714	12.636	-35,9%	22,61%
Outras colas e adesivos preparados	13.182	11.063	-16,07%	19,8%
Artigos de escritório e artigos escolares, de plásticos	22.120	8.826	-60,1%	15,8%
Etiquetas de qualquer espécie, de papel ou cartão	7.787	3.730	-52,1%	6,68%
Outros artigos de papel/cartão, para escritório/papelaria, etc	2.716	567	-79,12%	1,01%
Livros de registro e de contabilidade, blocos de notas	2.115	464	-78,06%	0,83%
Espátulas, abre-cartas, etc, e suas lâminas, de metais comuns	2.379	312	-86,89%	0,56%



Antes de importar produtos para preencher o estoque, o empresário deve estar atento a alguns possíveis cenários.



## DICAS:

1. Esteja atento se os custos do transporte e o frete estão incluídos dentro do orçamento. Em muitas empresas, o custo da matéria-prima, em si, é barato, mas o transporte deixa esse valor alto.
2. É preciso prestar atenção nos impostos pagos na importação.
3. Faça uma boa previsão de vendas para que não fique com produtos importados parados na prateleira sem conseguir vender. Para isso é necessário conhecer o cliente e ter noção do quanto a empresa venderá, para não comprar em excesso e sair no prejuízo.
4. O empresário também não pode fazer o contrário: deixar faltar. Antes de anunciar um produto pessoalmente ou pela internet, e gerar alguma promoção em cima dele, é necessário garantir que o item estará no estoque no prazo, para que os consumidores não fiquem decepcionados ou até acusem a empresa de propaganda enganosa.
5. Invista em comunicação e promoção de vendas! Os clientes precisam saber que ele pode contar com seu estabelecimento para encontrar os itens que precisa e também poderá ter condições especiais de descontos, essas situações são ótimos gatilhos para garantir o fechamento das compras na sua empresa.





# Escolas e empresas do setor devem se adaptar



Antes do ano letivo começar, os empresários do segmento escolar também precisarão estar preparados. Com as possíveis altas de preços de mensalidades, reajustadas pela inflação, é possível que muitos clientes optem por não renovar a matrícula e procurem outras instituições; por isso, é preciso fazer o possível para conquistar aquele pai ou responsável e manter ele como cliente. Uma das formas é gerando confiança, palavra-chave quando se trata de negócios relacionados com o público infantojuvenil. Mostrando que a empresa está preparada para uma volta presencial segura e que disponibiliza de todos os recursos e estra-

tégias capazes de amenizar o contágio de doenças, a instituição consegue alcançar a confiança dos pais. Dessa forma, o empresário alcança uma das estratégias de marketing mais importantes para escolas: a referência dos clientes para outros pais que ainda não são clientes.

Outro investimento pode ser no marketing digital, por meio da internet. Segundo a pesquisa EduTrends 2016, 81,3% das Instituições de Ensino Superior investiam em pelo menos uma ação de marketing online. Como resultado, tais organizações recebiam oito vezes mais visitas em seus sites do que aquelas que não aplicavam estratégias digitais.





## Como instituições escolares podem conseguir mais clientes pela internet?

1. Utilizar as redes sociais.
2. Estabelecer uma conexão com o público.
3. Publicar as ações de combate à disseminação da covid-19 e da gripe.
4. Planejar conteúdo para as crianças e também para os pais.
5. Oferecer descontos e bolsas.
6. Compartilhar os resultados da escola, como aprovações.
7. Fazer tours pela instituição.
8. Criar uma personalidade para a empresa na hora de comunicar, ou persona.
9. Compartilhar depoimentos de alunos e pais
10. Fazer campanhas de matrícula

Fonte: NEIPATEL (2022).



# Como os consumidores escolhem onde comprar em 2022?

O cenário é de incerteza econômica, deixando os consumidores mais cauteloso em relação aos gastos. Como reflexo disso, a intenção de consumo das famílias, queda em 2021.

Diante dessa situação financeira, é natural que preço, promoções e condições de pagamento se-

jam os fatores mais relevantes na decisão de compra. Para aprofundar esse aspecto, o Raio X do Catarinense 2022 analisou, em uma escala de 0 a 10, sendo 10 o nível de maior importância para o consumidor, quais critérios que vão influenciar o público neste período.

## CRITÉRIOS AVALIADOS NA DECISÃO DE COMPRA:

- Preço, promoções e descontos: **9,1**
- Condições de pagamento: **8,9**
- Segurança sanitária ao comprar: **8,7**
- Engajamento em ações sociais: **8,5**
- Qualidade do produto ou serviço: **8,3**

FONTE: Negócios SC (2021).



## AINDA APARECEM NA LISTA FATORES, COMO:

- Atendimento.
- Confiança na marca.
- Comodidade na entrega.
- Fato de ser uma marca local.

# 74%

dos consumidores declaram que as lojas físicas serão seu principal canal de compra em 2022

Portanto, com o avanço da vacinação, a pandemia e a necessidade de proteção contra o coronavírus os consumidores estão associando as compras presenciais e on-line para o consumo dos mais variados itens.



# A tendência das compras online

Com a pandemia da covid-19 e o consequente isolamento social, as compras online se tornaram uma tendência. As compras virtuais aumentaram 13,05% no primeiro semestre de 2021, com o faturamento crescendo 24%, segundo dados da Neotrust (Portal R7, 2021).

Em relação ao setor escolar, em 2021, a busca pelos materiais cresceu 194% em relação a 2020, segundo levantamento do Cuponomia. Naquele período, produtos como estojos, lápis de cor, livros didáticos e cadernos tinham preços mais acessíveis no comércio online, em comparação com lojas físicas. Acredita-se que este movimento tende a seguir com taxas de crescimento a duas casas

decimais, seguindo a tendência das compras online. Segundo a pesquisa, itens da lista de materiais escolares podiam ser encontrados no comércio virtual com preços até 50% mais baratos do que em papelarias e lojas físicas (Portal R7, 2022).

Neste ano, adianta o Sindilojas, deve haver uma alta de 10% a 15% nas vendas pela internet no Pará, na comparação com as práticas de antes da crise sanitária. Mas, antes de se aventurar em ofertar produtos pelas lojas online ou marketplaces, é preciso estar atento à experiência do usuário, configurar mecanismos digitais adequados e pensar em um atendimento integrado com outras mídias (omnicanal).



**+ 124% busca por materiais escolares em 2021.**

**Crescimento de até 15% das vendas pela internet de materiais escolares, no Pará.**

**Até 50% mais baratas as listas de matérias escolares na internet.**

## É preciso estar atento a alguns pontos para vender via e-commerce

- Pensar no seu cliente.
- Pesquisar a concorrência.
- Mesmo com o crescimento com das vendas on-line, os clientes ainda querem ter a experiência das compras presenciais – Invista no seu ponto de venda para chamar a atenção!
- Saber o que desejam os consumidores.
- Escolher o tipo de produto que vai vender.
- Definir uma estratégia de venda.
- Conhecer os aspectos legais da venda pela internet.
- Manter um estoque dos produtos ofertados.
- Planejar a logística de entrega ao cliente.
- Vender e entregar com qualidade, segurança e rapidez.



Fonte: SEBRAE (2018).





# Outras dicas digitais importantes!



A Confederação Nacional do Comércio (CNC) estima que a mudança nos hábitos de compra dos brasileiros com a pandemia fez com que o e-commerce (comércio eletrônico) poça ter encerrado 2021 com um crescimento de 38%. Em faturamento, Fábio Bentes, economista da CNC, sinaliza algo em torno de R\$ 304 bilhões para o setor.

Porém não só de site e e-commerce tradicionais com acessados pelo computador que seu posicionamento poderá se destacar no digital. É importante pensar em outros meios que possam servir de canal de localização, divulgação, contato ou de vendas aos clientes.

## ATENTE PARA:

**ACESSO MOBILE** – desenvolva um site responsivo para que seu conteúdo também possa ser acessado em smartphones, responsáveis pela maior parte do tráfego on-line. Ferramenta adequada para estar sempre conectada à palma da mão dos usuários, em um formato acessível, prático e agradável para os celulares.

**REDES SOCIAIS** - Invista nas redes sociais para trazer mais clientes para a sua loja e desenvolva estratégias de divulgação conforme as características de cada uma delas e do comportamento do seu cliente. Hoje existem várias redes sociais, cada uma com um foco específico de formato e direcionada a um tipo de público. Atente para o seu público-alvo, escolha a que mais for adequada ao seu negócio e siga com as melhores estratégias.

**APLICATIVO PRÓPRIO** – que tal apostar em uma ferramenta própria para facilitar a experiência do seu cliente pelo celular? Desenvolver seu próprio aplicativo para venda ou acesso à informações é uma estratégia de aproximação, nova experiência com os clientes e disponibilização de mais um canal de comunicação.

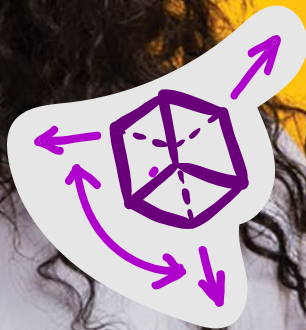
**SISTEMA DE CLICA E RETIRA** - Ofereça ao cliente a opção de selecionar e pagar o produto pelo site e retirar na loja física. Com a pandemia, desenvolveu-se essa alternativa de se comprar pela recursos digitais (APP, e-commerce e outros) e retirar em um menor espaço de tempo no local de venda, sem pagar a taxa de entrega.

**WHATSAPP** - Proporcione experiências diferentes ao seu cliente, lembre-se que o WhatsApp também pode ser um grande aliado para esclarecimento de dúvidas ou para fechamento de vendas. Aproveite todos os recursos e agilidade que essa rede social poderá proporcionar no atendimento ao cliente.



# Aumenta número de empresas que atuam com comércio eletrônico

Apesar da maior flexibilidade dos governos estaduais e municipais com as medidas restritivas adotadas para o enfrentamento à pandemia do covid-19, o número de microempreendedores individuais (MEI) e de micro e pequenas empresas que vendem bens e serviços pela internet apresenta incremento. Os dados foram resultado da 13ª Pesquisa de Impacto da Pandemia do Coronavírus nos Pequenos Negócios, realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), em novembro de 2021.



## Mulheres impulsionam vendas pelas redes sociais

- 8 em cada 10 mulheres vendem pela internet.
- 7 em cada 10 homens vendem pela internet.
- 65% das mulheres usam o WhatsApp for Business. Homens, 59%

## Empresários negros apostam mais no digital - empreendedores que vendem pela internet

- 75% dos negros -  
O WhatsApp é a rede mais usada (87%).
- 73% dos brancos -  
O Instagram é mais usado (54%)

Fonte: ASN (2022).



# Aproveite o “volta às aulas” para vender mais nas redes sociais

O segredo não é só postar produtos nas redes sociais com preços chamativos! Para conseguir converter vendas, é preciso conversar com os seguidores, conquistar a sua confiança e manter um bom relacionamento com ele, só assim os resultados aparecerão.

## CONTEÚDO É TUDO

Nas redes sociais, as pessoas buscam por conteúdos interessantes. Então entenda o que seus seguidores querem e planeje o que você vai entregar a eles, use adequadamente os formatos dos posts, com vídeos bem pensados, fotos atrativas e texto com gatilhos chamativos. Até chegar nas vendas, é preciso passar por algumas etapas - captação, retenção e conversão. Entremeadas em cada uma delas a entrega contínua de conteúdos. Assim você poderá atrair clientes, despertar o interesse, despertar o desejo e converter vendas.

## A CONSTÂNCIA É FUNDAMENTAL

Manter a frequência de postagens é fundamental para construir relacionamentos sólidos nas redes sociais e reforçar a lembrança da sua marca na cabeça dos seus seguidores. Se você não postar, poderá ser esquecido.

## MOSTRE SUAS SOLUÇÕES

Nesta etapa é preciso deixar claro que para o problema do seu seguidor, pode existir uma solução. E que ela é o seu produto ou serviço.

Aprofunde o nível de consciência dele, assim você possibilitará uma maior abertura para uma futura oferta, mas nunca deixe de lado a entrega de conteúdos interessantes.

## IDENTIFICAÇÃO X APROXIMAÇÃO

Aborde algum problema que seus seguidores possam ter, de algo que possa ser um desejo, que possa ser percebido como uma solução, que, neste caso, será a sua entrega.

O foco aqui é gerar uma maior identificação com o seu posicionamento e produto a ser ofertado.

## CRIAR EXPECTATIVAS

Estimule a curiosidade apresentando os bastidores do seu negócio, gere expectativa, faça com que ele se sinta íntimo e próximo para saber o que virá de novidade. É a mesma estratégia de teaser usada na comunicação tradicional, que cria ansiedade com os trailers dos filmes, de novelas e séries. Isso ajuda a manter a audiência e engajar na hora do lançamento.

## CRIAR EXPECTATIVAS

Estimule a curiosidade apresentando os bastidores do seu negócio, gere expectativa, faça com que ele se sinta íntimo e próximo para saber o que virá de novidade. É a mesma estratégia de teaser usada na comunicação tradicional, que cria ansiedade com os trailers dos filmes, de novelas e séries. Isso ajuda a manter a audiência e engajar na hora do lançamento.





# CONCLUSÃO

O presente observatório teve o objetivo de esclarecer questões acerca do mercado educacional no período de volta às aulas, iniciado em janeiro de cada ano e que inclui empresas de diversos segmentos, tais como escolas, outras instituições de ensino, profissionais de aulas particulares, malharias, serviços de transporte, livrarias, papelarias, lojas de material escolar em geral e lojas de departamento, além de outros setores de forma indireta, como alimentação.

Em resumo, embora dados apontem para um impacto negativo a essas empresas durante o período mais crítico da pandemia da covid-19, em 2020 e 2021, com perda de faturamento e de vendas por conta do isolamento social, é esperada uma retomada a partir de 2022, com a flexibilização das medidas restritivas e o avanço da vacinação até mesmo em crianças. A recuperação total, segundo informações apontadas no observatório, deve ocorrer somente em 2023, porém, já a partir deste mês, as vendas e o faturamento dessas empresas podem voltar a crescer.

Entretanto, com as variantes da covid-19 ainda presentes e não vencidas, e o aumento no número de casos de gripe no país, as restrições, ainda que não tão severas, devem ser mantidas. Esta é uma forma de preservar a economia, já que, com um novo lockdown, por exemplo, os setores econômicos ficariam ainda mais prejudicados.







# REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Agência Sebrae Notícias – **ASN**. Aumenta número de empresas que atuam com comércio eletrônico. ASN, SEBRAE, 20 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/aumenta-numero-de-empresas-que-atuam-com-comercio-eletronico,ee83e5323b87e710VgnVCM100000d701210aR-CRD>>. Acesso em 26 jan. 2022.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. **Estatísticas do Simples Nacional**: SINAC e SIMEI. 2022. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/aplicacoes/atbhe/estatisticassinac.app/default.aspx>>. Acesso em: 14 jan. 2022.

BARBOZA, V. Compra de material escolar online: veja dicas de segurança e economia. 2022. FRD. Disponível em: <<https://fdr.com.br/2022/01/13/compra-de-material-escolar-online-veja-dicas-de-seguranca-e-economia/>>. Acesso em: 19 de jan. 2022.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO (CNC). **Relatório de Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)**. Anual de Dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/pesquisa-de-intencao-de-consumo-das-familias-icf-anual-e-dezembro-de-2021/406505>. Acesso em: 19 jan. 2022

CENTRO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS (CIN)/ FIEPA. **Estatística de Importação de Materiais Escolares do Pará**. Jan – Dez, 2021.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE), 2022.

EQUIPE ATS. Volta às aulas: 8 dicas para preparar sua papelaria. **ATS Informática**, [S. l.], sem data. Disponível em: <<https://atsinformatica.com.br/blog/volta-as-aulas-8-dicas-para-preparar-sua-papelaria/>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **IPCA-15 - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 15. Rio de Janeiro: IBGE, 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9260-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo-15.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 18 jan. 2022.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Escolar 2020**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/13/5908>. Acesso em: 18 jan. 2022.

JANEGITS, T. 12 Itens que não podem faltar na sua lista de materiais escolares. Estilo de vida, **Shopee Blog**. [S. l.], 17 ago. 2021. Disponível em: <https://shopee.com.br/blog/lista-de-materiais-escolares/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

GRANDA, A. INMETRO recomenda atenção na compra de materiais escolares. **Agência Brasil**. [S. l.], 18 jan. 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2022-01/inmetro-recomenda-atencao-na-compra-de-materiais-escolares>>. Acesso em: 16 de janeiro de 2022.

Gov.br. GOVERNO Federal apresenta orientações para volta segura às aulas presenciais. **Gov.br**. [S. l.], 04 ago. 2021. Disponível em: <[https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/governo-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/governo-federal-apresenta-orientacoes-para-volta-segura-as-aulas-presenciais)

federal-apresenta-orientacoes-para-volta-segura-as-aulas-presenciais>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

**Portal R7**. Material escolar pode sair até 50% mais barato na internet. **Portal R7 - Economia**. 13 jan. 2021. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/economia/material-escolar-pode-sair-ate-50-mais-barato-na-internet-13012021>>. Acessado em: 18 de janeiro de 2022.

**NEIPATEL**. Marketing para escolas: 15 dicas para captar mais alunos. **Neipatel**. [S. l.], sem data. Disponível em: <[https://neipatel.com.br/blog/marketing-para-escolas/?lang\\_geo=br](https://neipatel.com.br/blog/marketing-para-escolas/?lang_geo=br)>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

Negócios SC. RAI0 X do Catarinense analisa a intenção de compras em SC. **Negócios SC**. [S. l.], 13 dez. 2021. Disponível em: <https://negociossc.com.br/blog/raio-x-do-catarinense-analisa-a-intencao-de-compra-em-sc>. Acesso em: 18 jan. 2022.

Negócios SC. VOLTA às aulas: venda de material deve ter alta em 2022. **Negócios SC**. [S. l.], 10 jan. 2022. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/volta-as-aulas-venda-de-material-dever-ter-alta-em-2022/>>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

Olhar Digital. E-COMMERCE pode fechar 2021 com R\$ 304 bilhões em faturamento, diz CNC. **Olhar Digital**, [S. l.], 17 nov. 2021. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/11/17/pro-commerce-pode-fechar-2021-com-bilhoes-em-faturamento/>>. Acesso em: 19 jan. 2022.

O Globo. **Em 2022, reajuste de mensalidades escolares deve superar 10%, maior dos últimos cinco anos. Veja percentuais já definidos por colégios**. O Globo, [S. l.], 25 nov. 2021. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/em-2022-reajuste-de-mensalidades-escolares-deve-superar-10-maior-dos-ultimos-5-anos-veja-percentuais-ja-definidos-por-colegios-25289726>>. Acesso em: 18 jan. 2022.

SEBRAE. Venda pela internet: Dicas para quem quer investir em e-commerce. **Portal Sebrae**, [S. l.], 27 dez. 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/venda-pela-internet,749d53c03a730610VgnVCM1000004c00210aR-CRD>. Acesso em: 19 jan. 2022.

SEBRAE. Como usar a rede social para vender seu produto ou serviço. **Portal Sebrae**. 10 out. 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/am/artigos/como-usar-a-rede-social-para-vender-seu-produto-ou-servico,81b4636d-53f7c710VgnVCM100000d701210aR-CRD>>. Acesso em 26 jan. 2022.

SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA E DOS LOJISTAS DE BELÉM (SINDILOJAS), 2022.

SINDICATO DOS ESTABELECIMENTOS PARTICULARES DE ENSINO DO ESTADO DO PARÁ (SINEPE-PA), 2022.

SOUZA, L. Materiais escolares podem ficar até 30% mais caros em 2022. **Agência Brasil** - São Paulo, 28 dez. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2021-12/materiais-escolares-podem-ficar-ate-30-mais-caros-em-2022>>. Acessado em: 15 de janeiro de 2022.



**SEBRAE**

 [FACEBOOK.COM/SEBRAEPA](https://www.facebook.com/SEBRAEPA)

 [@SEBRAEPA](https://www.instagram.com/SEBRAEPA)

 [@SEBRAEPA](https://www.twitter.com/SEBRAEPA)

0800 570 0800 | [WWW.PA.SEBRAE.COMBR](http://WWW.PA.SEBRAE.COMBR)  
2022