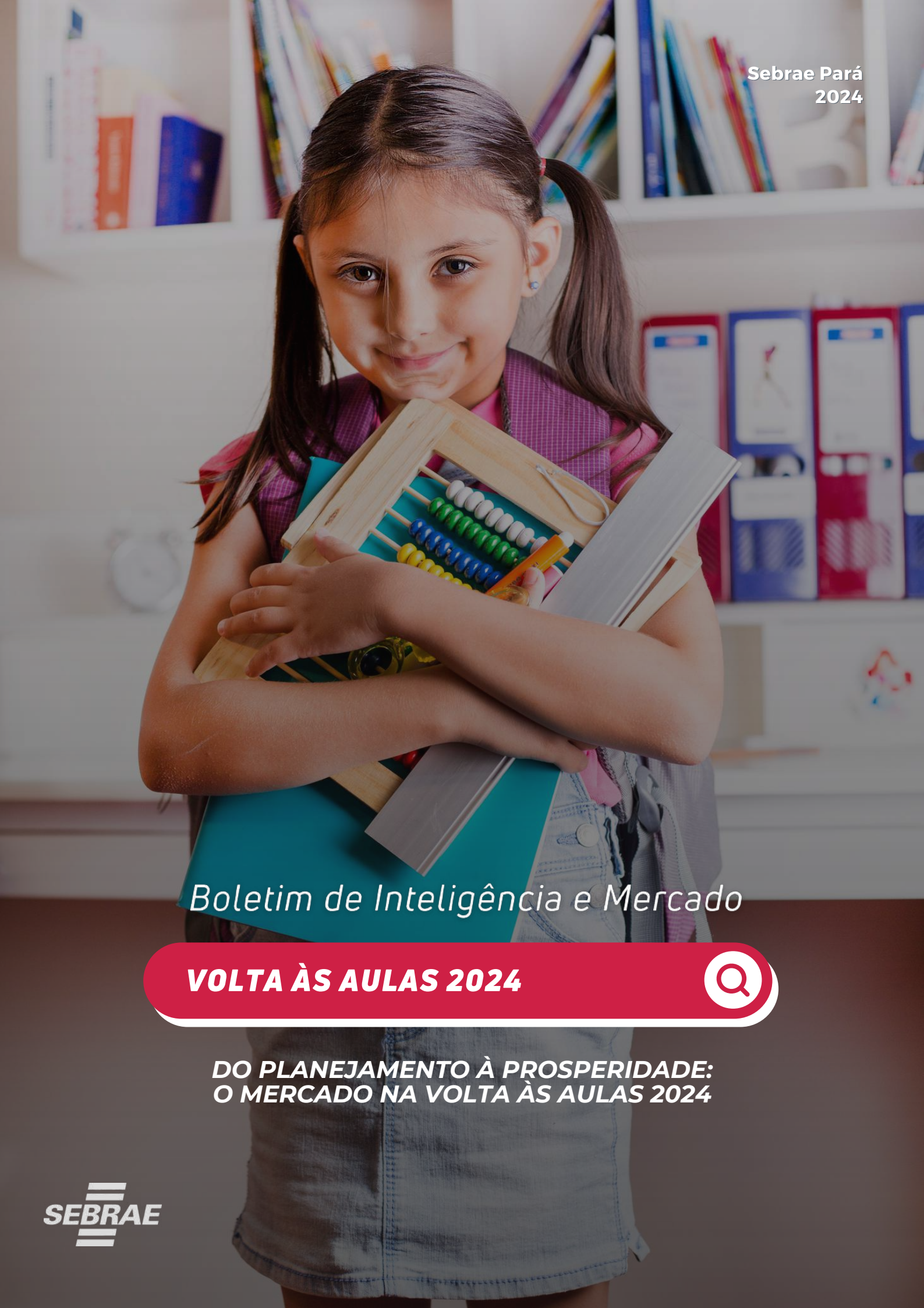
Sebrae Pará
2024

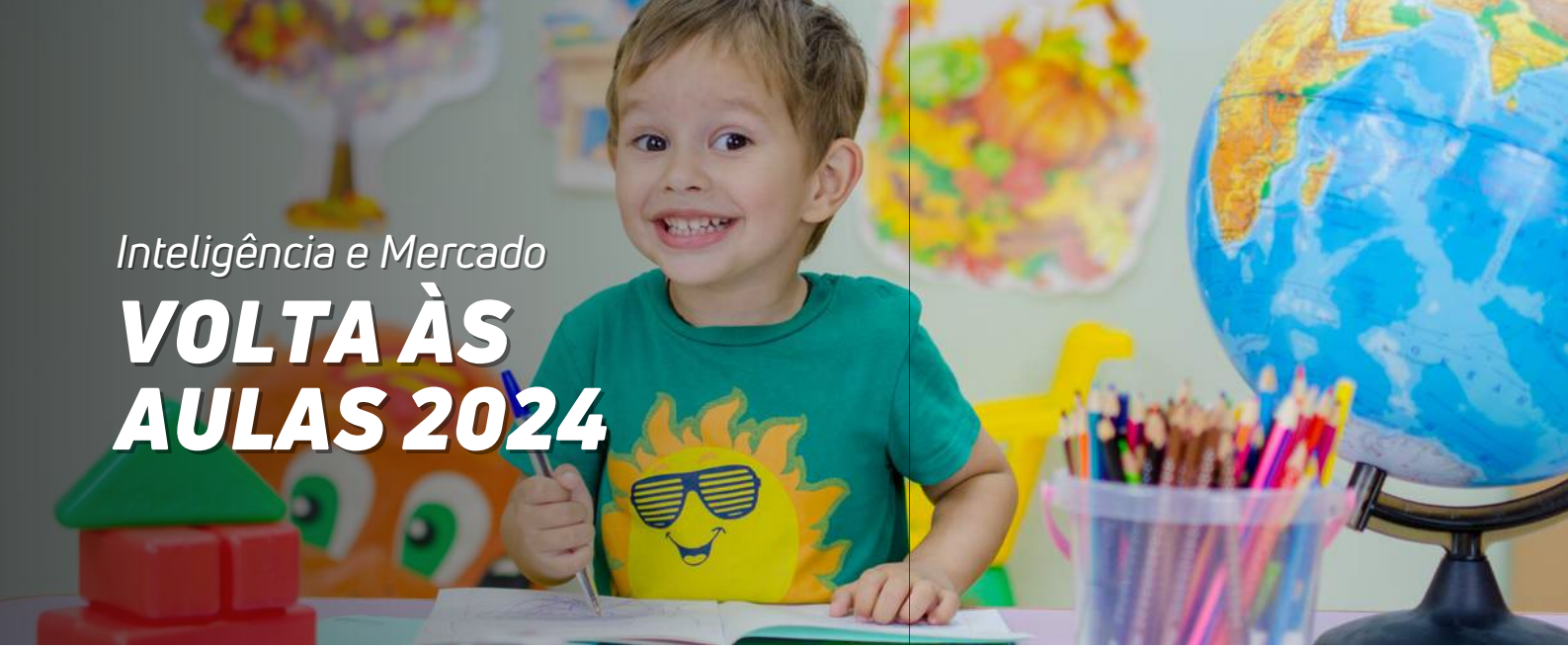


Boletim de Inteligência e Mercado

# VOLTA ÀS AULAS 2024

## DO PLANEJAMENTO À PROSPERIDADE: O MERCADO NA VOLTA ÀS AULAS 2024

SEBRAE




**DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA**

José Conrado Santos - Presidente do Conselho Deliberativo
Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente
Maria Domingas Ribeiro - Diretora Técnica
Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

**UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA DO SEBRAE/PA**

Clemilton Jansen Holanda - Gerente
Miguel Pantoja da Costa Junior - Coordenador
Adauto Lobo de Oliveira – Analista
Roberto Belluci - Analista
Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista
Mara Cristiane Barroso Juarez Peres – Analista
Maryellen Lima Rodrigues Pinto – Analista

**RESPONSÁVEIS TÉCNICOS**

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral
Maika Súria Corrêa Minatti
DUX Office
Valéria Brunneta - Coordenadora estatística

**EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO**

Thyago Reis Paula - Designer

**REVISÃO DE CONTEÚDO**

Gualter de Oliveira Rocha – Analista de Gestão e Pesquisador Organizacional
Maika Súria Corrêa Minatti

**EMPRESA ORGANIZADORA**

Evolucionar Consultoria em Gestão Organizacional Ltda.

# Sumário

**1. Introdução** 4

**2. As tendências do mercado para o período de Volta às Aulas em 2024** 5

2.1 Mais novidades para 2024: diversidade, inclusão e *Big Data*

2.2 Desafios e oportunidades

**3. Cenário da volta às aulas: análise do ambiente educacional** 9

3.1 Volta às aulas e o mercado em 2024

3.2 Tendências de vendas de produtos escolares no varejo físico em 2024

3.3 Tendências de vendas de produtos escolares no varejo virtual em 2024

**4. Estratégias para aproveitar as oportunidades** 14

4.1 Algumas tendências potenciais para o setor de varejo de material escolar em 2024

**5. Planejando para lucrar na volta as aulas: planos para o comércio *online* e físico** 17

5.1. Planejamento de estoque

5.2 Negociação com fornecedores

5.3 Atendimento ao cliente

5.4 Logística e entrega

5.5 *Marketing* e promoções

5.6 Pequenos negócios impactados pelo Volta às Aulas de 2024.

**6. Comportamento de compra** 22

6.1 Pais com filhos em idade escolar

6.2Estudantes de ensino médio, faculdade ou pós-graduação

**7. O que o consumidor busca na volta às aulas 2024?** 27

7.1 Qualidade no atendimento

7.2 Estrutura física atraente

**8. Maximizando as vendas: estratégias empreendedoras** 29

**9. Como agregar valor aos clientes no Volta às Aulas 2024?** 32

**10. Empreendedores, atenção às diretrizes do Código de Defesa do Consumidor na Volta às Aulas** 34

**11. Conclusão** 36

**12. Referências** 37

CAPÍTULO 1

# Introdução

Seja muito bem-vindo a mais um Boletim de Inteligência e Mercado, do Sebrae no Pará: "Do Planejamento à Prosperidade - O Mercado na volta às aulas 2024". Em meio às expectativas e oportunidades que o novo ano traz, queremos expressar nossos mais sinceros votos de prosperidade e sucesso para você, empreendedor, que desempenha um papel vital na dinâmica da economia durante a temporada de volta às aulas.

O ano de 2024 se inicia com uma promissora janela de oportunidades para aqueles que enxergam além, que compreendem a importância do empreendedorismo como força motriz do comércio. A volta às aulas não é apenas um evento sazonal; é uma chance única para os empreendedores se destacarem, oferecendo produtos e serviços que atendam às necessidades específicas desse período crucial.

O título escolhido, "Do Planejamento à Prosperidade," reflete a essência deste Boletim. Enfrentar o desafio desse período de retorno das atividades escolares em 2024 não é apenas uma questão de abastecer estoques e preparar vitrines; é sobre antecipar-se, planejar estrategicamente e, assim, assegurar uma temporada de sucesso.

O mercado aquecido pela expectativa desse período de retorno escolar é uma oportunidade única para os empreendedores prosperarem. Neste Boletim, exploraremos em detalhes as estratégias e diretrizes que o Sebrae preparou para que você possa não apenas sobreviver, mas prosperar nesse cenário. Desde as tendências de mercado e a compreensão do comportamento do consumidor até as táticas essenciais de atendimento e gestão, abordaremos os aspectos fundamentais que podem impulsionar seu negócio para o sucesso.

Embarque nessa jornada conosco, e juntos, vamos explorar as ferramentas necessárias para transformar o planejamento em prosperidade. Que este Boletim sirva como seu guia confiável e inspirador, capacitando-o a fazer do ano de 2024 uma temporada de conquistas notáveis no seu empreendimento.

**Excelente leitura!!**

CAPÍTULO 2

# As tendências do mercado para o período de volta às aulas em 2024

As tendências para o ano de 2024 sinalizam um ano de oportunidades únicas e desafios significativos para os empreendedores brasileiros. Com um cenário marcado por rápidas mudanças econômicas, sociais, tecnológicas e ambientais, a adaptabilidade é a chave.

Nesse contexto, os empreendedores enfrentarão a necessidade de equilibrar a inovação com a sustentabilidade,[1] de decifrar as complexidades do comportamento do consumidor digital e de navegar por um mercado global cada vez mais interconectado.

A capacidade de se adaptar rapidamente a novas tendências, de adotar tecnologias emergentes e de responder às expectativas sociais e ambientais não será apenas desejável, mas essencial para a sobrevivência e prosperidade no mercado de 2024.

Em relação ao comércio que marca o retorno ao período letivo não será diferente. Veja em seguida algumas tendências gerais que podem influenciar em setores que mais vendem nesse período como escolas, malharias, livrarias, papelarias, transportes escolares, calçados, vestuários, artigos esportivos, lojas de informáticas e acessórios:

| | Tendência | Descrição |
|---|---|---|
| | Educação digital | Produtos e serviços relacionados à educação digital ganham destaque. Isso pode incluir dispositivos eletrônicos, aplicativos educacionais e soluções tecnológicas para salas de aula. |
| | Sustentabilidade | A conscientização ambiental tem aumentado, e os consumidores estão mais propensos a escolher produtos sustentáveis. Materiais reciclados, produtos *eco-friendly** e práticas de negócios de cunho sustentável podem ganhar relevância junto ao consumidor. |
| | Personalização | Os consumidores valorizam cada vez mais a individualidade. Produtos personalizados, desde mochilas a materiais escolares identificados com adesivos e etiquetas, podem atrair a atenção dos compradores. |
| | Comércio eletrônico | O comércio eletrônico continua a desempenhar um papel significativo nas compras, e aprimorar a experiência do cliente *online* é crucial. Isso inclui uma navegação fácil, informações detalhadas sobre produtos e opções de entrega flexíveis, tais como fretes com valores justos. |
| | Adaptação às mudanças educacionais | Considerando as possíveis mudanças nos formatos de educação, como aulas *online* ou híbridas, produtos e serviços que se adaptem a essas modalidades podem ganhar destaque. |
| | Inovações em materiais escolares e tecnologias de aprendizagem | Materiais escolares inovadores e tecnologias educacionais podem ser foco, visando tornar o processo de aprendizagem mais interessante e eficiente. |

Fonte: Sebrae, (2023).[1]

*O termo *eco-friendly* significa "amigável ao meio ambiente", de acordo com a língua inglesa. Em outros termos, tudo aquilo que não causa danos socioambientais, ou tem impactos reduzidos em comparação a um produto, evento, situação ou postura equivalente, é *eco-friendly*.

## 2.1 Mais novidades para 2024: diversidade, inclusão e *Big Data*

A diversidade a inclusão e a *Big Data*, já reconhecidas como impulsionadoras de inovação e criatividade, assumirão um papel ainda mais central nos negócios em 2024.[1]

À medida que nos aproximamos da volta às aulas em 2024, é evidente que a diversidade, inclusão e *Big Data*** não apenas moldarão os rumos da educação, mas também se tornarão elementos cruciais nos negócios relacionados a esse período. Essas tendências, já reconhecidas como impulsionadoras de inovação e criatividade, assumirão um papel ainda mais central, transformando a experiência educacional e o mercado que a envolve.

1. **Diversidade na oferta de materiais escolares:** A diversidade não se limitará apenas aos estudantes, mas também se refletirá na oferta de materiais escolares. Empresas que abraçam a diversidade cultural, étnica e de gênero em suas linhas de produtos proporcionarão uma experiência mais inclusiva aos consumidores. Desde personagens representativos em cadernos até variedades de cores e estilos, a diversidade estará incorporada nos detalhes.

2. **Inclusão digital na escolha das tecnologias:** A inclusão digital ganhará destaque na escolha de tecnologias educacionais. Garantir que os dispositivos, aplicativos e recursos *online* sejam acessíveis a todos, independentemente de habilidades ou limitações, será uma prioridade. A inclusão tecnológica contribuirá para uma experiência de aprendizado mais equitativa para todos os estudantes.

3. ***Big Data* para personalização:** Aplicação do *Big Data* será fundamental[2] para personalizar a experiência educacional. Analisar dados sobre as preferências de aprendizado, desempenho passado e necessidades específicas dos alunos permitirá a criação de abordagens personalizadas. Materiais, métodos e recursos educacionais podem ser adaptados com base nas informações coletadas, proporcionando uma experiência de aprendizado mais eficaz e inclusiva.

4. **Acessibilidade nas compras *online*:** a diversidade também se estenderá à experiência de compra *online* para materiais escolares. Garantir a acessibilidade digital será crucial, desde a navegação amigável para todos até descrições inclusivas de produtos. As plataformas de comércio eletrônico que adotarem práticas inclusivas proporcionarão uma experiência de compra mais satisfatória para estudantes, pais e cuidadores.

5. **Dados para compreender a diversidade de necessidades:** nesse aspecto o recurso do *Big Data* desempenhará um papel vital na compreensão das diversas necessidades dos alunos. Analisar dados demográficos, preferências de compra e padrões de comportamento permitirá às empresas antecipar e atender às necessidades específicas de cada segmento do mercado estudantil, contribuindo para uma oferta mais diversificada e alinhada com as expectativas.

**Nota: *Big Data* é o termo que se refere ao imenso volume de dados que impacta os negócios no dia a dia. É uma revolução que vem mudando a forma como a sociedade lida com a informação. No caso das organizações, a capacidade de agregar e tratar seus dados para conhecer melhor a necessidade do cliente, otimizar processos internos, reduzir custos e aumentar a produtividade já se transformou em condição fundamental para quem almeja crescimento e consolidação no mercado.

## 2.2 Desafios e oportunidades

Em 2024, podemos esperar uma série de consolidações de temáticas[3] e discussões importantes que permearam o cenário educacional e mudanças que impactarão a forma como aprendemos e ensinamos.

Apesar das promissoras tendências, a jornada rumo a ambientes mais diversos e inclusivos ainda apresenta desafios. A conscientização sobre vieses algorítmicos, a proteção da privacidade e a garantia de que as tecnologias aplicadas não amplifiquem disparidades existentes são preocupações críticas. A colaboração entre setores, governos e sociedade civil será essencial para enfrentar esses desafios e maximizar os benefícios das tendências em diversidade e inclusão em 2024.

Esse ano promete uma abordagem mais sofisticada e centrada em dados para a promoção da diversidade e inclusão, impulsionada pela capacidade transformadora que o imenso volume de dados do *Big Data* pode proporcionar. A interseção dessas tendências tem o potencial de remodelar significativamente a dinâmica organizacional e social, criando um futuro mais inclusivo e equitativo.

Empresas que cultivam ambientes de trabalho inclusivos e celebram a diversidade não apenas enriquecem sua cultura organizacional, mas também se mostram mais aptas a entender uma gama mais ampla de clientes, ganhando relevância em um mercado global diversificado.

Em resumo, a volta às aulas em 2024 será marcada pela incorporação consciente desses elementos, promovendo uma educação mais diversificada, inclusiva e adaptada às necessidades individuais dos estudantes. Empresas que abraçam essas tendências estarão na vanguarda da inovação educacional e do atendimento às demandas de um público cada vez mais multifacetado.

CAPÍTULO 3

# Cenário da volta às aulas: análise do ambiente educacional

Com o início do ano letivo de 2024 se aproximando, é crucial compreender o atual cenário do ambiente educacional para orientar estratégias de mercado no setor. A análise do ambiente educacional[4] desempenha um papel fundamental na identificação de oportunidades e desafios que os empreendedores do ramo educacional e correlatos podem enfrentar.

**Tendências tecnológicas e inovação:**
A rápida evolução tecnológica tem transformado a forma como a educação é conduzida. A integração de tecnologias digitais, plataformas de aprendizagem *online* e ferramentas interativas ganha cada vez mais relevância. Empreendedores do setor educacional devem estar atentos às oportunidades de incorporar inovações tecnológicas em seus produtos e serviços, proporcionando experiências de aprendizado mais dinâmicas e eficazes.

**Novos modelos de ensino**
A diversificação dos modelos de ensino é uma característica marcante do cenário educacional atual. Além das instituições tradicionais, surgem alternativas como escolas especializadas, cursos *online*, mentorias personalizadas e programas de educação à distância. Compreender esses modelos emergentes é essencial para empreendedores que desejam se destacar no mercado, oferecendo opções alinhadas às demandas e preferências dos alunos.

**Sustentabilidade e responsabilidade social**
A conscientização ambiental e a busca por práticas sustentáveis estão se tornando cada vez mais relevantes na sociedade. Instituições de ensino que adotam medidas sustentáveis e promovem a responsabilidade social ganham a atenção e preferência de um público preocupado com questões globais.

**Desafios regulatórios e governamentais**
O cenário regulatório e governamental no setor educacional pode impactar significativamente as operações das instituições. Acompanhar as mudanças nas políticas educacionais, requisitos de certificação e padrões de qualidade é essencial para garantir a conformidade e antecipar-se a possíveis desafios.
Em resumo, a análise do ambiente educacional para a volta às aulas em 2024 é crucial para a formulação de estratégias empreendedoras bem-sucedidas.

Empreendedores que compreendem as tendências, abraçam a inovação, diversificam modelos de ensino, incorporam práticas sustentáveis e monitoram o cenário regulatório estarão melhor posicionados para atender às demandas dinâmicas desse setor em constante evolução.

Esteja atento a esses elementos-chave e prepare-se para uma temporada de volta às aulas alinhada com as expectativas e necessidades do mercado educacional em 2024.

Fonte: Leandro Rafael Pinto, Adriano Willian da Silva, (2024).[4]

## 3.1 Volta às aulas e o mercado em 2024

### Mensalidades

As mensalidades escolares[41] ficarão mais caras em 2024, superando em quase 5% (cinco pontos percentuais) a inflação de 2023, que foi de 4,62%.[42] Essa é a previsão[43] da Explorar, empresa de dados do grupo especializado no setor educacional do Grupo *Rabbit* após levantamento feito em mais de 800 escolas particulares em todo o Brasil.

De acordo com dados do Grupo *Rabbit* (citado na matéria do *InfoMoney*[41]), as escolas promoveram um desconto de 22% nas mensalidades durante a pandemia. Agora, o desafio é recuperar aos poucos, tendo em vista que a média histórica de aumento nas escolas particulares gira em torno de 9% ao ano.

Em creches, pré-escola, ensino fundamental e médio, os custos subiram 9,19%, 10,46%, 10,63% e 10,37%, respectivamente, de acordo com a medição realizada em outubro do ano passado.

### Material escolar

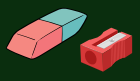
Publicado em dezembro de 2023 pelo IBGE, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15) e, citado pelo Tribunal de Minas[43] em janeiro de 2014, o preço dos itens da categoria papelaria e material escolar já indicavam um aumento acumulado de 8,17%. Dos itens, o campeão é o caderno, com preços 13,58% maiores. O livro didático registrou aumento superior a 9% no mesmo período.

Segundo a Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares e de Escritório (Abfiae), citado pela Revista da Papelaria,[51] em 2023 esse aumento foi de 7,5% e o projetado para 2024 é de 8,5% em média. Além do aumento dos custos relacionados a matéria prima, outro fator relevante é o dólar americano.

A valorização do dólar[44] americano frente ao real, influenciou diretamente os materiais escolares, tornando-os mais caros. Entre os itens com maiores aumentos, se destacam os **cadernos, com 15%**, os **lápis de cor com 12%** e as **borrachas com 10%**.

Quanto aos produtos mais procurados[43], os cadernos e canetas que apresentam algum diferencial obtiveram maior procura. Exemplo disso, são os chamados '**cadernos inteligentes**' que estão sendo bastante vendidos em substituição aos fichários e cadernos comuns.

## 3.2 Tendências de vendas de produtos escolares no varejo físico em 2024

| | |
|---|---|
| | **Cadernos**: Diversos tipos, como espirais, brochura, universitários e de desenho. |
| | **Canetas e lápis**: Incluindo canetas esferográficas, canetas de gel, lápis grafite, lápis de cor e marcadores. |
| | **Mochilas**: De diferentes tamanhos e estilos, adequadas para transportar livros e materiais. |
| | **Estojos**: Para armazenar canetas, lápis e outros pequenos itens de papelaria. |
|  | **Borrachas e apontadores**: Essenciais para manter a escrita e o desenho limpos e precisos. |
| | **Folhas de papel**: Papel sulfite, papel colorido e papel cartão para impressões e trabalhos manuais. |
| | **Pastas e fichários:** Para organizar e armazenar trabalhos, notas e documentos. |
| | **Agendas e planejadores**: Para ajudar os estudantes a gerenciar suas tarefas e compromissos. |
| | **Régua e compasso**: Materiais de geometria são essenciais para matemática e outras disciplinas. |
| | **Cola e tesoura**: Itens básicos para atividades de artes e trabalhos manuais. |
| | **Calculadoras**: Desde modelos simples até calculadoras científicas para estudantes mais avançados. |
| | **Lancheiras e garrafas de água**: Itens pessoais para a hora do lanche ou intervalo. |
| | **Material de arte**: Como tintas, pincéis, massas de modelar e papel especial para desenho. |
| | **Produtos de higiene pessoal**: Itens como lenços de papel, álcool em gel, e até máscaras ainda podem ser populares dependendo da situação da saúde pública. |
| | **Capas e protetores de livro:** Para preservar a qualidade dos livros didáticos e de leitura. |

Fonte: Tris (2024) [45]

## 3.3 Tendências de vendas de produtos escolares no varejo virtual em 2024

1. **Mochilas;**
2. **Materiais de escrita;**
3. ***kits* escolares;**
4. **Cadernos; e**
5. **Blocos de folhas de fichários.**

Até **16/01/2024** os pequenos negócios que, vendem por canais virtuais, faturaram aproximadamente R$ 1,4 milhões de reais, apresentando um crescimento de 8% em relação ao mesmo período do ano passado, conforme dados levantados pela *Nuvemshop* e publicados pela Veja Mercado.[48]

O *ticket* médio[48] (resultante da média das vendas) por compra foi de **R$ 230** reais e o meio de pagamento mais utilizado foi o **cartão de crédito (45%)**, seguido pelo **Pix (42,5%)**. Dentre as redes sociais, o ***Instagram*** foi a alternativa que mais converteu vendas para o e-commerce de papelarias (95%), acompanhado pelo ***Facebook (2,5%)*** *e* ***Youtube (1,5%)***.

Fonte: Academia Nubimetrics (2023).[46]

### Uniformes escolares

Evitar desentendimentos pela escolha de roupas e evitar o desgaste de outras roupas no uso diário são alguns dos benefícios da utilização do uniforme escolar. Sua adoção no ambiente escolar, além de mais confortável para todas as atividades durante o dia, traz mais disciplina e organização para a escola.

#### Atributos

O uniforme escolar começou a ser usado no Brasil entre os anos de 1890 e 1900, nas Escolas Normais, que formavam professores. No início eram usados modelos mais formais, que incluíam ternos e gravatas para os meninos, e vestidos e saias plissadas para as meninas. Atualmente, os modelos são mais simples, optando geralmente por camisetas com o nome e o símbolo da escola e calças e bermudas.

#### Demanda recorrente

O mercado de uniformes escolares possui picos de atividades nos meses de **janeiro/fevereiro** e **junho/julho** (períodos de início das aulas e férias, respectivamente).

Mas sua **demanda é recorrente**. Pois, muitas empresas estão investindo na confecção de uniformes com materiais sustentáveis. Tecidos feitos em algodão orgânico, PET e algodão reciclado são algumas das opções disponíveis.

Com relação às cores, as escolas particulares normalmente empregam suas cores oficiais nos uniformes. Já para as escolas públicas são adotadas as cores da bandeira do município ou estado em que estão localizadas.

- ✓ as crianças crescem e precisam de uniformes novos por causa do tamanho, principalmente na primeira infância (de 0 a 6 anos), em que o crescimento é mais acelerado;
- ✓ precisam de renovação por desgaste causado pelo uso diário das peças;
- ✓ para os alunos mais velhos, a vontade de mudar o estilo das peças pode ser uma oportunidade para lançar coleções novas a cada estação.

## Regulamentação e normas

O vestuário profissional deve ser adaptado às condições ambientais e antropométricas – conjunto de técnicas utilizadas para medir o corpo humano ou suas partes – do trabalhador brasileiro.

Da mesma forma, os uniformes escolares devem seguir padrões de qualidade, segurança e características específicas de medidas. Assim, é importantíssimo que a empresa siga as normas e os regulamentos para a fabricação das peças. Essas normas são regulamentadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para a confecção de uniformes profissionais e escolares. Especificamente para uniformes escolares, as normas são regidos pelos regulamentos:

- **ABNT NBR 15800:2021** – estabelece uma forma de identificação de fácil compreensão para medidas antropométricas de bebês, crianças e adolescentes às quais está destinado o vestuário.
- **ABNT NBR 15778:2009** – especifica os requisitos de desempenho e segurança para uniformes escolares.

Fonte: Sebrae, Inteligência Competitiva (2022).[47]

CAPÍTULO 4

# Estratégias para aproveitar as oportunidades

O período de volta às aulas reserva muitas oportunidades[5] para diversos nichos criativos e categorias de produtos. No cenário diversificado do ambiente educacional, os empreendedores podem adotar estratégias específicas para aproveitar as oportunidades de vender seus produtos. Confira as dicas que separamos para você! Aqui estão algumas orientações:

| Orientação | Estratégias |
|---|---|
| Não se prenda apenas aos materiais escolares | Muitos empreendedores associam as oportunidades de vendas da volta às aulas apenas aos materiais escolares e itens de papelaria. Mas esse nicho é muito mais amplo e pode oferecer oportunidades para diversos outros, como: produtos para professores, itens para organização de estudos, atividades fora da sala de aula, acessórios para crianças e bebês e produtos para estudantes universitários.<br>• **Produtos para professores:** carimbos personalizados, cartelas de adesivos de incentivo, jaleco de professores;<br>• **Itens para organização de estudos:** organizadores de mesa, organizadores de gaveta, *planner*, etc;<br>• **Atividades fora da sala de aula:** *kit* natação, roupas e acessórios de *ballet*, judô, etc;<br>• **Acessórios para crianças e bebês:** bolsa para creche, *kit* de higiene infantil, toalhinhas bordadas;<br>• **Produtos para estudantes universitários:** jaleco personalizado para estudantes, porta estetoscópio. |
| Estude as tendências e oportunidades do seu nicho | Por mais que os produtos relacionados ao período de volta às aulas não mudem tanto de um ano para o outro, é importante estar atento às tendências do seu nicho. Acompanhe as tendências de cores, estampas e design em geral, pois elas frequentemente afetam a indústria de papelaria, malharia e acessórios em geral. Isso inclui estar atento à moda, cores, estampas, decoração e estilo de vida. |

| Orientação | Estratégias |
| --- | --- |
| Aprenda com suas vendas anteriores e com seus clientes | Ao planejar a sua produção, analise as vendas passadas da sua loja para identificar os produtos que tiveram melhor desempenho. Além disso, verifique quais os estilos ou *designs* atraíram mais os clientes e analise a possibilidade de usá-los como referência para criar novos produtos. Você também pode criar caixinhas de perguntas ou enquetes nas redes sociais para conhecer mais a fundo as necessidades dos seus clientes e entender quais tipos de produtos, cores, estampas, formatos ou tamanhos os seus clientes e seguidores tem mais interesse. |
| Atenção ao prazo de entrega | Se você trabalha com produtos personalizados ou por encomenda e precisa de tempo para ser confeccioná-los, considere esse tempo na hora de fechar uma venda. Se seu cliente compra um produto para voltar às aulas, é importante ter certeza de que ele chegará dentro do prazo para evitar qualquer transtorno. Inclua essa informação nas políticas da sua loja. |
| Explore estratégias de *marketing* | Desenvolva campanhas de *marketing* direcionadas, destacando os diferenciais de sua oferta em relação às necessidades específicas do público-alvo e utilize estratégias de *marketing* digital para alcançar efetivamente os alunos e suas famílias, considerando a presença *online* e nas redes sociais. |

Fonte: Elo7, (2023)[5]

Adaptar-se a esse ambiente educacional diversificado requer flexibilidade, visão estratégica e um compromisso contínuo com a inovação e a qualidade. Ao alinhar seus produtos e serviços com as demandas do mercado, os empreendedores podem não apenas aproveitar as oportunidades existentes, mas também moldar ativamente o futuro do setor educacional.

## 4.1 Algumas tendências potenciais para o setor de varejo de material escolar em 2024

1. **Sustentabilidade:** A demanda por produtos ecológicos[32] e sustentáveis continua crescendo, com pais e escolas procurando itens como cadernos reciclados, lápis e canetas biodegradáveis, e mochilas feitas de materiais reciclados.

2. **Personalização:** Produtos personalizados[33] são uma forte tendência, com alunos e pais buscando materiais que possam ser customizados com nomes, desenhos ou personagens favoritos.

3. **Tecnologia, educação digital e robótica**: Com o avanço do ensino híbrido e a utilização crescente de dispositivos digitais,[34] itens como *tablets*, *laptops*, *softwares* educacionais e acessórios para dispositivos podem se tornar mais procurados.

4 ***Design* Inclusivo**: Produtos desenvolvidos para atender às necessidades de todos os estudantes, incluindo aqueles com deficiências ou dificuldades de aprendizagem, como tesouras adaptadas, marcadores de texto com diferentes tipos de modelos e cores, e cadernos com linhas especiais.

5 **Saúde e bem-estar**: Devido à conscientização sobre saúde mental e física,[36] produtos que promovem uma rotina escolar saudável, incluindo itens ergonômicos, como cadeiras e mesas ajustáveis, e materiais com menos componentes químicos nocivos, podem ser mais valorizados.

6 **Segurança**: Em um mundo com preocupações crescentes sobre segurança,[37] mochilas e acessórios com recursos de segurança embutidos, como materiais refletivos e localizadores GPS, podem ser tendências.

7 **Novos modelos de negócio**: Modelos de negócio baseados em assinaturas[38] para fornecimento contínuo de materiais escolares ou serviços de aluguel de itens de alto custo, como calculadoras gráficas e livros didáticos, podem ganhar popularidade.

8 **Compras *online* e *omnichannel***: A integração entre as experiências[39] de compra *online* e *offline* continuará a ser essencial, com muitos consumidores esperando uma experiência de compra sem costura, independentemente do canal.

9 **Parcerias e colaborações**: Colaborações[40] entre marcas de material escolar e personagens populares, celebridades ou influenciadores podem impulsionar vendas e atrair diferentes segmentos do público.

CAPÍTULO 5

# Planejando para lucrar na volta ás aulas: planos para para o comércio *online* e físico

Um dos períodos mais importantes do início do ano está chegando,[6] a volta às aulas, e o empreendedor que deseja aumentar suas vendas e conquistar mais clientes precisa preparar seu negócio.

Esse período representa uma oportunidade valiosa para empreendedores impulsionarem seus negócios, tanto no comércio *online* quanto no físico. Um planejamento abrangente, desde o estoque até a entrega final, é essencial para garantir uma experiência positiva para os clientes e maximizar os lucros. Abaixo estão estratégias integradas para diversos aspectos do negócio:

### 5.1. Planejamento de estoque

Comércio *online*

- Antecipe as tendências de compra por meio de análises de dados e históricos de vendas passadas.
- Mantenha uma variedade de produtos, desde materiais escolares básicos até itens especializados.

Comércio físico

- Ofereça promoções e descontos em produtos específicos para atrair clientes à loja física.
- Certifique-se de que o estoque esteja organizado para facilitar a localização de produtos pelos clientes.

### 5.2 Negociação com fornecedores

Comércio *online*

- Negocie prazos de entrega favoráveis para evitar atrasos na preparação dos pedidos.
- Estabeleça parcerias estratégicas com fornecedores confiáveis e flexíveis.

Comércio físico:

- Busque descontos ou condições especiais para compras em grande quantidade.
- Garanta a reposição rápida de produtos mais procurados.

### 5.3 Atendimento ao cliente

Comércio *online*

- Ofereça suporte *online* via *chat*, *e-mail* e redes sociais.
- Disponibilize informações claras sobre produtos, prazos de entrega e políticas de devolução.

Comércio físico

- Treine a equipe para lidar com o aumento de clientes, priorizando um atendimento cordial.
- Implemente programas de fidelidade ou descontos para incentivar o retorno dos clientes.

### 5.4 Logística e entrega

Comércio *online*

- Faça parcerias com serviços de entrega confiáveis para garantir a pontualidade.
- Utilize sistemas de rastreamento para manter os clientes informados sobre o *status* de seus pedidos.

Comércio físico

- Otimize os processos de estoque e reposição para evitar rupturas.
- Considere opções de entrega local para clientes que preferem comprar *online* e retirar na loja.

### 5.5 *Marketing* e promoções

Comércio *online*

- Execute campanhas de *marketing* digital direcionadas para atingir o público-alvo.
- Crie pacotes promocionais que incentivem compras adicionais.

Comércio físico

- Realize eventos promocionais na loja para atrair clientes.
- Utilize estratégias de *marketing* local, como parcerias com escolas e comunidades.

Importante![7]

- **Itensifique a divulgação da sua marca**: Otimize a visibilidade da sua marca durante picos de consumo, reforçando a comunicação *online* e *offline*. Aumente o investimento em anúncios pagos em redes sociais, destacando ofertas promocionais e catálogos de produtos. Promova engajamento compartilhando conteúdo interessante, como curiosidades sobre os produtos, usos diferenciados e práticas sustentáveis. Essa abordagem não só impulsiona os negócios, mas também aprimora a imagem da sua marca no mercado.

- **Faça parcerias com escolas próximas ao seu empreendimento**: Estabelecer parcerias vantajosas com escolas pode conferir vantagem competitiva. Oferecer descontos ou condições especiais para os alunos, aliado a acesso fácil, pagamentos diferenciados e recomendações da escola, atrai clientes recorrentes. Além disso, ao se tornar fornecedor de materiais, especialmente em parcerias estratégicas, você pode conquistar escolas como clientes atacadistas.

- **Ótimo momento para ações sociais**: Associar a educação a iniciativas sociais é valorizado. Doar materiais ou uniformes a estudantes carentes, especialmente aqueles em estoque, pode ser uma forma significativa de ajuda, seja por doações diretas ou promoções acessíveis para pessoas de baixa renda. Identifique escolas públicas próximas, descubra suas necessidades e organize-se para atendê-las. Utilize campanhas *online* ou, se possível, promova a doação de materiais escolares e livros didáticos em parceria com escolas. Incentive também a doação de livros usados para enriquecer as bibliotecas públicas.

Ao integrar essas estratégias em um plano abrangente, os empreendedores podem posicionar seus negócios de forma competitiva durante o período de volta às aulas. Adaptabilidade e antecipação às demandas do mercado são essenciais para o sucesso nesse cenário dinâmico.

## 5.6 Pequenos negócios impactados pela Volta às Aulas de 2024.

### Região Metropolitana de Belém - RMB

Quadro 03 - Pequenos Negócios optantes pelo Simples Nacional distribuídos entre os segmentos impactados pela VOLTA AS AULAS 2024 no Região Metropolitana de Belém - RMB*, base de 02/12/2023.

| SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS | NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS | | | % DE PARTICIPAÇÃO |
|---|---|---|---|---|
| | ME e EPP | MEI | Total | |
| Artigos Esportivos | 1.242 | 1.625 | **2.867** | 6% |
| Calçados | 429 | 1.370 | **1.799** | 4% |
| Educação | 1.545 | 6.243 | **7.788** | 16% |
| Informática e Comunicação | 1.873 | 3.952 | **5.825** | 12% |
| Livraria e Produtos de Papelaria | 723 | 2.772 | **3.495** | 7% |
| Transporte Escolar | 163 | 2.909 | **3.072** | 6% |
| Vestuário e Acessórios | 3.052 | 19.592 | **22.644** | 48% |
| Soma | 9.027 | 38.463 | **47.490** | 100,0% |
| % dos negócios por porte | **19,0%** | **81,0%** | **100,0%** | |

Fonte: BRASIL. Receita Federal do Brasil (2023).[19]

*Região Metropolitana de Belém: Ananindeua, Belém, Benevides, Castanhal, Marituba, Santa Bárbara do Pará, Santa Isabel do Pará.

## Estado do Pará

Quadro 04 - Pequenos Negócios optantes pelo Simples Nacional distribuídos entre os segmentos impactados pela VOLTA AS AULAS 2024 no Pará, base de 02/12/2023.

| SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS | NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS | | | % DE PARTICIPAÇÃO |
|---|---|---|---|---|
| | ME e EPP | MEI | Total | |
| **Artigos Esportivos** | 3.207 | 3.468 | **6.675** | 6% |
| **Calçados** | 1.272 | 2.800 | **4.072** | 4% |
| **Educação** | 3.392 | 10.380 | **13.772** | 13% |
| **Informática e Comunicação** | 4.998 | 9.203 | **14.201** | 13% |
| **Livraria e Produtos de Papelaria** | 1.700 | 4.775 | **6.475** | 6% |
| **Transporte Escolar** | 827 | 6.691 | **7.518** | 7% |
| **Vestuário e Acessórios** | 9.691 | 44.401 | **54.092** | **51%** |
| **Soma** | 25.087 | 81.718 | **106.805** | 100,0% |
| **% dos negócios por porte** | **23%** | **77%** | **100,0%** | |

Fonte: BRASIL. Receita Federal do Brasil (2023).[19]

CAPÍTULO 6

# Comportamento de compra dos consumidores

A volta às aulas 2024 promete ser um período de renovação e entusiasmo para estudantes e pais. Com o avanço tecnológico e as mudanças nas metodologias de ensino, preparar-se antecipadamente para a compra de materiais escolares torna-se essencial.

A compreensão do comportamento de compra é essencial para orientar estratégias de negócios durante o esse período. Pela ausência ainda de dados atualizados para 2024, nos valemos da última pesquisa feita pela plataforma Gente Globo[8] que nos oferece *insights* valiosos sobre os perfis de consumidores que estão ativos nesse cenário. Vamos explorar dois segmentos-chave: pais com filhos em idade escolar e estudantes do ensino médio, faculdade e pós-graduação.

**Quem são os pais com filhos em idade escolar**

**66%** **34%**

**31%** AB **52%** C **17%** DE

**33%** 25 a 34 anos
**39%** 35 a 44 anos
**14%** 45 a 54 anos

Fonte: Plataforma Gente Globo, (2022)[8]

Pais desempenham um papel crucial durante a temporada de volta às aulas, sendo os principais tomadores de decisão nas compras relacionadas a materiais escolares, uniformes, eletrônicos e outros itens essenciais. É importante que o empreendedor se concentre em entender suas preferências, necessidades e preocupações e algumas perguntas relevantes devem estar em pauta:

- Quais são os principais critérios ao escolher materiais escolares para seus filhos?
- Como os pais preferem realizar suas compras: *online*, em lojas físicas ou uma combinação de ambas?
- Quais são as tendências em termos de orçamento para despesas relacionadas à educação?

### 6.1.1 Principais critérios ao escolher materiais escolares para os filhos:

Na escolha dos materiais escolares para seus filhos, os pais são guiados pela busca por ofertas e descontos, sem abrir mão da qualidade. Priorizam marcas nacionais, demonstrando apoio à economia local. Além disso, a fidelidade à marca é comum quando encontram produtos que atendem suas expectativas, estabelecendo uma relação de confiança ao longo do tempo. Assim, a decisão dos pais equilibra economia, qualidade e o desejo de contribuir para o fortalecimento da indústria nacional. Esses critérios refletem valores que orientam as escolhas em prol do melhor interesse educacional e econômico de seus filhos.

**Quadro 03 - critérios de escolha dos pais para compras de material escolar**

| | |
|---|---|
| 91% | "Eu sempre procuro ofertas e descontos". |
| 84% | "Eu procuro os preços mais baixos possíveis quando vou fazer compras". |
| 82% | "Compensa pagar mais caro por produtos de qualidade". |
| 77% | "Quando é possível, compro produtos e artigos produzidos em meu próprio país". |
| 73% | "Quando encontro uma marca que eu gosto tenho tendência a ser fiel a ela". |

Fonte: Plataforma Gente Globo, (2022)[8]

**6.1.2 Preferências na forma de realizar compras (*online*, lojas físicas ou combinação de ambas):**
As preferências variam, mas muitos pais optam por uma combinação[9] de compras *online* e em lojas físicas, com base nos seguintes fatores:

**Compras *online***: Oferecem conveniência, variedade e a capacidade de comparar preços. A entrega em domicílio é apreciada.

**Lojas físicas:** Permitem avaliar os produtos pessoalmente, especialmente itens como roupas e calçados escolares. Algumas famílias preferem a experiência de compra tradicional.

**Cobinação de ambas as lojas:** Pais também apreciam a flexibilidade de combinar as vantagens de ambos os métodos, dependendo da natureza do item a ser adquirido.

**6.1.3 Tendências em termos de orçamento para despesas relacionadas à educação:**
As tendências orçamentárias para despesas relacionadas à educação incluem:

**Busca por oportunidades de economia:** Os pais estão mais conscientes dos custos e procuram ofertas, descontos e promoções.

**Segunda mão e trocas:** É crescente aceitação de itens usados, como livros didáticos e uniformes escolares, para economizar dinheiro.

**Investimento em qualidade:** Embora a economia seja uma preocupação, os pais reconhecem a importância de investir em materiais de qualidade que garantam o melhor desempenho educacional para seus filhos.

## 6.2 Estudantes de ensino médio, faculdade e pós-graduação

Estudantes mais maduros desempenham um papel crucial nas compras de volta às aulas, especialmente quando se trata de eletrônicos, materiais específicos para cursos e itens pessoais. Eles estão atentos a ofertas e descontos, buscando opções acessíveis para otimizar seus orçamentos. Além disso, costumam ser leais às marcas que apreciam e têm preferência por compras *online*.

**Quadro 04 - critérios de escolha dos estudantes para compras de material escolar**

| | |
|---|---|
| 87% | "Eu sempre procuro ofertas e descontos". |
| 83% | "Compensa pagar mais caro por produtos de qualidade". |
| 76% | "Eu procuro os preços mais baixos possíveis quando vou fazer compras". |
| 74% | "Quando encontro uma marca que eu gosto tenho tendência a ser fiel a ela". |
| 55% | "Comprar *online* faz minha vida mais fácil". |

Fonte: Plataforma Gente Globo, (2022).[8]

### 6.2.1. Preferências de compra *online* ou *offline* (lojas físicas) entre os estudantes:

As preferências de compra entre estudantes podem variar, mas muitos demonstram as seguintes tendências:

**Compra *online*:**

- **Conveniência**: Estudantes apreciam a facilidade de comprar *online*, especialmente quando estão ocupados com estudos e outras atividades.
- **Variedade**: A ampla seleção de produtos *online* é atrativa, permitindo que os estudantes encontrem exatamente o que precisam.
- **Compareção de preços**: a capacidade de comparar preços facilmente é uma vantagem para estudantes que buscam economizar.

**Compra *offline* (lojas físicas):**

- **Experiência de compra**: alguns estudantes valorizam a experiência de compra física, especialmente ao escolher roupas, materiais específicos ou tecnologia, pela possibilidade de experimentá-los e os testarem antes da compra final.
- **Avaliação direta**: a capacidade de examinar produtos pessoalmente antes da compra é um fator importante para eles.

### 6.2.2 Produtos mais desejados pelos estudantes durante o período de volta às aulas:

No período de volta às aulas, estudantes de diferentes níveis de ensino expressam preferências distintas quanto aos produtos desejados.

No **ensino médio**, a busca por itens estilosos e práticos é evidente.

Na **graduação**, a procura por materiais específicos para cursos e eletrônicos é mais acentuada.

Já os estudantes de **pós-graduação**, além desses itens, valorizam recursos que auxiliem em pesquisas e produtividade.

Conhecer as preferências de cada grupo torna-se crucial para entender as demandas do mercado educacional nesse período movimentado.

Os produtos mais desejados pelos estudantes geralmente incluem:[10]

**Quadro 05 - Principais tendências de consumo para a volta às aulas em 2024.**

| | |
|---|---|
| Tecnologia | *Laptops*, *tablets*, acessórios tecnológicos e *softwares* educacionais. |
| Material de escrita e organização | Canetas, cadernos, *planners* e outros itens para ajudar na organização. |
| Roupas e calçados | Itens de vestuário e calçados modernos e confortáveis para o retorno às aulas. |
| Livros e materias didáticos | Livros para os cursos, materiais específicos e, em alguns casos, assinaturas de plataformas digitais. |

Fonte: Tilibra, (2024)[10], Blog da Lu,(2024)[52].

### 6.2.3 Como os estudantes planejam gastar seu orçamento relacionado à educação:

Os estudantes geralmente têm estratégias específicas para gastar seus orçamentos educacionais:

**Priorização de necessidades**: Muitos estudantes priorizam despesas essenciais, como mensalidades, livros didáticos e tecnologia necessária para os estudos.

**Busca por descontos e promoções**: Estudantes são conhecidos por procurar descontos estudantis, ofertas promocionais e programas de fidelidade para economizar dinheiro.

**Investimentos em ferramentas de estudo**: Alguns estudantes estão dispostos a investir em ferramentas e recursos que melhorem seu desempenho acadêmico, como *softwares* de produtividade e cursos *online*.
Ao analisar esses perfis de consumidores, as empresas podem ajustar suas estratégias de *marketing* e oferta de produtos para atender às necessidades específicas de cada grupo, maximizando assim as oportunidades durante a temporada de volta às aulas.

CAPÍTULO 7

# O que o consumidor busca na volta às aulas 2024?

**7.1 Qualidade no atendimento:**
O consumidor moderno busca não apenas produtos de qualidade, mas também uma experiência de compra positiva, o que se chama atualmente de *Customer Experience* (CX), ou Experiência do Cliente[1] (em português) é o nome que se dá para o conjunto de percepções e impressões que um consumidor possui sobre uma determinada empresa após interagir com ela. A avaliação da qualidade do atendimento torna-se crucial nesse contexto. Estratégias eficazes para proporcionar um atendimento de qualidade incluem a capacitação contínua da equipe, foco na resolução ágil de problemas e a criação de um ambiente acolhedor para os clientes.

A comunicação nos atendimentos desempenha um papel fundamental, garantindo que as informações sejam transmitidas de maneira clara e útil. Além disso, a integração de canais digitais no atendimento reflete a adaptação às tendências tecnológicas, oferecendo conveniência e agilidade aos consumidores. Para aplicar estratégias de *Customer Experience*, uma boa dica é ter em mente três principais pilares: esforço (*effort*), emocional (*emotion*) e sucesso (*success*).

### Esforço

Ao falar de experiência do cliente, o esforço a que nos referimos não é relacionado ao que a empresa deve fazer para atingir essa meta. Estamos tratando aqui sobre a importância de **diminuir o esforço do cliente durante todo o processo de interação com a marca.** Aqui podemos incluir desde um atendimento rápido e efetivo até o uso de uma linguagem clara e acessível. **Quanto mais fácil e agradável for a experiência, melhor!**

### Emocional

Esse pilar é muito importante em qualquer interação, pois diz respeito ao **desenvolvimento de um vínculo emocional entre o cliente e a empresa.** Colocar o cliente sempre na frente, fazer com que ele se sinta ouvido e entregar uma experiência feita para ele é **essencial para torná-lo um cliente fiel** e, mais do que isso, um **advogado da marca**, alguém que irá indicar a sua experiência para outras pessoas.

### Sucesso

Já o sucesso é o pilar da experiência do cliente que está voltado a f**azer de tudo para que ele tenha os seus objetivos atingidos durante a interação com a marca.** E isso envolve o processo do início ao fim, desde ele conseguir encontrar o que buscava até ficar satisfeito com o atendimento e com o que lhe foi entregue. Esse é um aspecto bastante marcante para qualquer consumidor e que pode ser **usado para medir se uma experiência foi positiva ou negativa.**

Fonte: Salesforce, (sem data de publicação)[11]

**7.2 Estrutura física atraente :**

A primeira impressão é crucial, e a fachada da loja desempenha um papel significativo na atração dos consumidores. Uma fachada bem cuidada transmite profissionalismo e convida os clientes a explorarem o espaço. A vitrine, como extensão da fachada, deve ser atrativa e tem o poder de contar uma história visualmente.

Uma boa estrutura de loja faz você vender mais e fidelizar clientes com uma facilidade muito maior.[12] Ninguém quer voltar em um lugar que não é agradável, muito menos fazer muitas compras lá.

O *layout* interno da loja, a iluminação e a exposição de produtos também desempenham um papel vital. Esse *layout* bem pensado facilita a navegação, enquanto uma exposição estratégica destaca produtos relevantes para a volta às aulas, criando uma experiência de compra envolvente.
Esses elementos combinados não apenas atendem às expectativas dos consumidores, mas também contribuem para uma imagem de marca positiva e diferenciada durante o período de retorno escolar em 2024.

CAPÍTULO 8

# Maximizando as vendas: estratégias empreendedoras

Na dinâmica do varejo, o sucesso do empreendedor não depende apenas da oferta de produtos, mas também da habilidade em empregar estratégias empreendedoras para maximizar as vendas. Adotar uma mentalidade empreendedora não só permite a adaptação a um ambiente de negócios em constante evolução, mas também posiciona o comerciante para identificar oportunidades, enfrentar desafios e inovar de maneira contínua.

O comportamento empreendedor é a capacidade de identificar oportunidades, tomar riscos calculados e criar algo novo ou melhorar algo que já exista.[13] É uma habilidade valiosa, não apenas para quem deseja iniciar um negócio, mas também para quem deseja avançar na carreira.

Ser proativo, criativo, persistente, flexível, corajoso e resiliente são algumas das características fundamentais para o sucesso empreendedor. Nesse contexto, exploraremos individualmente cada elemento que compõe o seu comportamento, destacando a relevância de cada um na busca pelo crescimento sustentável e pela excelência no atendimento ao cliente.

**Busca de oportunidades e iniciativa:**
O comportamento empreendedor começa pela habilidade de identificar oportunidades de mercado e a disposição para iniciar ações assertivas. Quem busca constantemente oportunidades e toma iniciativas estratégicas está mais propenso a se destacar em um cenário competitivo.

**Persistência:**
A persistência é uma qualidade fundamental para superar obstáculos e desafios que surgem no caminho do empreendedor. A capacidade de manter o foco e a determinação, mesmo diante de adversidades, contribui para o crescimento e a estabilidade do negócio.

**Correr riscos calculados:**
Tomar decisões arriscadas faz parte do comportamento empreendedor, mas o diferencial está na capacidade de calcular e avaliar os riscos. Estratégias bem ponderadas permitem que o lojista assuma desafios de maneira calculada, maximizando as chances de sucesso.

**Exigência de qualidade e eficiência:**
A busca incessante pela qualidade e eficiência é crucial para atender e superar as expectativas dos clientes. Um empreendedor compreende que a excelência nos produtos e serviços oferecidos é fundamental para construir uma reputação sólida no mercado.

**Comprometimento:**
O comprometimento total com o negócio é uma característica inerente ao comportamento empreendedor. O empreendedor comprometido está disposto a investir tempo, energia e recursos necessários para alcançar o sucesso a longo prazo.

**Busca de informações:**
A busca ativa por informações relevantes é uma prática empreendedora essencial. Manter-se informado sobre as tendências do mercado, comportamento do consumidor e inovações no setor é fundamental para tomar decisões informadas.

**Estabelecimento de metas:**
A definição de metas claras e mensuráveis direciona as ações do empreendedor. Estabelecer objetivos específicos ajuda a orientar os esforços para alcançar resultados concretos.

**Planejamento e monitoramento sistemáticos:**
O planejamento estratégico aliado a um monitoramento sistemático permite ao empreendedor antecipar desafios e ajustar as estratégias conforme necessário. Essa prática contribui para a eficácia operacional e a adaptação contínua.

**Persuasão e rede de contatos:**
A capacidade de persuasão e a construção de uma sólida rede de contatos são habilidades empreendedoras valiosas. Estabelecer relações positivas com clientes, fornecedores e parceiros de negócios é fundamental para o crescimento sustentável.

**Equipe treinada**:
Uma equipe bem treinada é um ativo valioso para qualquer empreendimento. No contexto do varejo para a volta às aulas, investir na capacitação da equipe proporciona atendimento eficiente, promove a satisfação do cliente e contribui para a construção de uma reputação positiva.

**Limpeza do CNPJ:**
A regularização e a limpeza do CNPJ são práticas essenciais para garantir a transparência e a conformidade legal do negócio. Manter o cadastro empresarial em ordem não apenas fortalece a credibilidade da empresa, mas também evita possíveis complicações legais.

**Planejamento antecipado (pelo menos 6 meses antes):**
O planejamento antecipado, especialmente seis meses antes do período de volta às aulas, é crucial para o sucesso. Essa antecedência permite a elaboração de estratégias eficazes, a negociação com fornecedores, a preparação da equipe e a criação de campanhas de *marketing* que maximizem o impacto.

**Gestão de estoque:**
A eficiente gestão de estoque é um pilar fundamental no varejo. Garantir um equilíbrio entre oferta e demanda, monitorar os níveis de estoque e otimizar a logística são práticas essenciais para evitar rupturas e garantir a disponibilidade dos produtos mais procurados.

**Análise de cliente e sistemas de cobrança:**
A análise do perfil do cliente e a implementação de sistemas de cobrança eficientes são elementos-chave na gestão financeira. Compreender as preferências do cliente e oferecer opções de pagamento flexíveis contribuem para uma experiência de compra positiva e fortalecem a saúde financeira do negócio.

**Presença física e digital:**
A combinação de presença física e digital é uma estratégia poderosa. Manter uma loja física atrativa e investir em uma presença *online* eficiente amplia o alcance da marca, atendendo às diferentes preferências dos consumidores modernos.

**Direitos dos consumidores na volta às aulas:**
Conhecer e respeitar os direitos dos consumidores é essencial para construir confiança e fidelidade. Informar claramente sobre políticas de troca, garantias e direitos de arrependimento proporciona uma experiência de compra segura e transparente. Ao incorporar e desenvolver esses elementos ao seu comportamento, o empreendedor não apenas fortalece seu próprio negócio, mas também contribui para a vitalidade e a inovação no cenário varejista como um todo, enfrentando os desafios do mercado e oferecendo uma experiência excepcional aos clientes.

CAPÍTULO 9

# Como agregar valor aos clientes na Volta às Aulas 2024?

Um pequeno negócio, do segmento de materiais escolares, pode agregar valor aos seus clientes de diversas formas, visando não apenas vender produtos, mas também criar uma experiência positiva e um relacionamento duradouro com seus consumidores. Aqui estão algumas estratégias que podem ser adotadas:

**Qualidade dos Produtos:**
Garantir que os materiais escolares vendidos sejam de alta qualidade, duráveis e seguros para o uso por crianças e adolescentes;

**Variedade e Inovação:**[50]
Oferecer uma gama variada de produtos que atendam a diferentes necessidades e preferências. Incluir itens inovadores e *eco-friendly* (vender produtos que não agridam ao meio ambiente) pode ser um diferencial;

***Kits* Personalizados:**
Crie *kits* de materiais escolares personalizados para diferentes idades ou séries escolares, facilitando para os pais a aquisição de tudo o que é necessário de uma só vez.

**Atendimento Personalizado:**
Treinar a equipe para oferecer um atendimento atencioso e personalizado, entendendo as necessidades específicas de cada cliente;

**Ambiente de Loja Atraente:**
Criar um espaço físico acolhedor e bem-organizado, que incentive a permanência do cliente na loja e facilite a localização dos produtos.

**Programas de Fidelidade:**
Implementar programas de fidelidade que ofereçam vantagens, descontos ou brindes para clientes recorrentes;

**Parcerias com Escolas:**
Estabelecer parcerias com escolas locais para fornecer *kits* personalizados de acordo com as listas de materiais escolares requeridos;

**Presença *Online* Forte:**
Desenvolver uma presença efetiva em redes sociais para facilitar a compra *online* e engajar-se com a comunidade. *Tik Tok*, *Instagram* e *WhatsApp* são excelentes ferramentas para conquistar clientes;

**Educação para o Consumo**
Oferecer conteúdo educativo que ajude pais e alunos a fazerem escolhas informadas sobre materiais escolares nas redes sociais;

**Atividades Comunitárias:**
Organizar ou patrocinar eventos educacionais ou atividades para crianças, estabelecendo a empresa como parte integral da comunidade;

***Feedback* dos Clientes:**
Encorajar e analisar o *feedback* dos clientes para melhorar continuamente os produtos e serviços oferecidos, ou seja, realizar pesquisa de satisfação;

**Serviços Adicionais:**
Proporcionar serviços como embalagem para presente, entrega para domicílio, ou a opção de comprar *online* e retirar na loja;

**Promoções e Descontos Sazonais:**
Realizar promoções durante períodos de volta às aulas ou vendas especiais em datas comemorativas;

**Inclusão Social:**
Assumir o compromisso com a inclusão, oferecendo produtos adaptados para crianças com necessidades especiais;

**Sustentabilidade:**[20]
Adotar práticas sustentáveis, como a venda de produtos recicláveis ou biodegradáveis e a redução de resíduos na embalagem;

***E-commerce* e Venda Digital:**
Disponibilizar uma plataforma de *e-commerce* eficiente, com opções de pesquisa facilitada, recomendações personalizadas e um processo de *checkout* simplificado;

***Workshops* e Eventos:**
Organize eventos e *workshops* para crianças e pais, como "Como organizar seu material escolar?" Ou sessões de artes, que podem gerar valor e criar uma comunidade em torno da sua marca.

Combinando várias dessas estratégias, um pequeno negócio do segmento de materiais escolares pode não só atrair e reter clientes, mas também estabelecer uma marca forte e uma reputação de confiança e qualidade no mercado.

Fonte: Atendare (2023);[21] Vasconcelos (2023);[22] Sebrae (2022);[23] Julio (2019);[24] Serasa (2019);[25] Moraes (2018);[26] Albergaria (2017);[27] Ethos e Sebrae (2003);[28]

CAPÍTULO 10

# Empreendedores, atenção às diretrizes do Código de Defesa do Consumidor na Volta às Aulas

É fundamental que os empreendedores estejam atentos aos cuidados necessários ao lidar com os órgãos de fiscalização durante o período de volta às aulas. O cumprimento das normas e a atenção às demandas do consumidor são passos essenciais para evitar multas e penalizações.

Abaixo, destacamos alguns pontos cruciais que os empreendedores devem considerar:

1. **Transparência nas informações:**
Certifique-se de que todas as informações sobre os produtos, preços, condições de pagamento e políticas de troca estejam claramente disponíveis para os consumidores. Transparência é chave para construir confiança.

2. **Cumprimento de prazos e entregas:**
Mantenha um controle rigoroso sobre os prazos de entrega e garanta que os produtos estejam disponíveis conforme anunciado. Cumprir com os prazos estabelecidos ajuda a evitar problemas com órgãos de defesa do consumidor.

3. **Respeito ao Código de Defesa do Consumidor (CDC):**
Esteja familiarizado com as leis e regulamentações do CDC. Conhecer os direitos dos consumidores e agir em conformidade é essencial para evitar possíveis penalizações.

4. **Política de troca e devolução:**
Disponibilize uma política clara e acessível de troca e devolução. Isso não apenas atende às exigências legais, mas também demonstra compromisso com a satisfação do cliente.

5 **Precificação justa e sem abusos:**
Evite práticas de precificação abusiva. Certifique-se de que os preços praticados durante a temporada de volta às aulas estejam em conformidade com as normas estabelecidas pelos órgãos reguladores.

6 **Higiene e segurança dos produtos:**
Caso venda produtos como uniformes e materiais escolares, atente-se à qualidade, higiene e segurança deles. Certificações de qualidade podem ser um diferencial e asseguram a confiança do consumidor.

7 **Publicidade clara e sem enganos:**
Evite práticas publicitárias enganosas. A publicidade deve ser clara e não induzir o consumidor a erro quanto às características dos produtos ou promoções oferecidas.

8 **Treinamento da equipe:**
Capacite sua equipe para lidar com dúvidas e reclamações dos clientes. Um atendimento eficiente e cortês pode prevenir problemas mais sérios.

9 **Registro e documentação:**
Mantenha registros precisos de todas as transações, contratos e documentos relacionados às vendas. Essa prática pode ser útil em caso de fiscalizações.

10 **Adaptação às mudanças na legislação:**
Fique atento a eventuais alterações nas leis e regulamentos que possam impactar seu setor. Estar sempre atualizado é crucial para evitar surpresas desagradáveis.

Ao seguir essas diretrizes, os empreendedores estarão não apenas cumprindo suas obrigações legais, mas também construindo uma reputação sólida e confiável junto aos consumidores. O cuidado com esses aspectos contribuirá para o sucesso do negócio, promovendo relações positivas e duradouras com os clientes.

Fonte: Brasil (2022)[29]; Jusbrasil (2019)[30]; Procon RJ (2023)[31]

CAPÍTULO 11

# Conclusão

À medida que exploramos as nuances e desafios do mercado na temporada de volta às aulas, fica claro que o sucesso nesse período crucial não depende apenas da qualidade dos produtos, mas também das estratégias e práticas adotadas pelos empreendedores.

Cada detalhe, desde a qualidade do atendimento até a gestão eficiente de estoque e a compreensão dos direitos do consumidor, desempenha um papel vital na construção de uma experiência positiva para clientes e comerciantes.

Nesse cenário, o Sebrae se destaca como um aliado inestimável para os empreendedores, oferecendo um suporte abrangente por meio de cursos presenciais e *online*, além de atendimento presencial em suas 13 agências.[18]
A capacidade do Sebrae de proporcionar conhecimento, ferramentas e orientação contribui significativamente para o fortalecimento dos negócios, capacitando os empreendedores a enfrentar os desafios do mercado de forma assertiva.

Especificamente, o comprometimento do Sebrae em fortalecer cada passo dos empreendedores durante o período de volta às aulas é digno de destaque. A oferta de recursos e suporte prático demonstra um compromisso genuíno com o crescimento e a prosperidade dos negócios locais. Ao alinhar-se ao Sebrae, os empreendedores não apenas adquirem conhecimento valioso, mas também fazem parte de uma comunidade dedicada ao sucesso mútuo.

Que esta edição do Boletim de Inteligência e Mercado, focada na volta às aulas, sirva como uma fonte valiosa de *insights* e orientações. Que cada empreendedor, armado com conhecimento e apoiado pelo Sebrae, possa enfrentar este período desafiador com confiança e alcançar novos patamares de sucesso. Permaneceremos à disposição, firmes em nosso compromisso de fortalecer cada passo dos empreendedores locais.
Desejamos a todos um período de volta às aulas próspero e repleto de conquistas!

# Referências


[1] SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. **Tendências para 2024 que vão impactar o mercado**. 2023. Disponível em: https://digital.sebraers.com.br/blog/empreendedorismo/tendencias-para-2024-que-vao-impactar-o-mercado/.

[2] SALESFORCE. **Big Data: o que é, importância e exemplos**. 2017. Disponível em: https://www.salesforce.com/br/blog/big-data/?gclid=CjwKCAiA1fqrBhA1EiwAMU5m_wM-LDJvDzt5MKCjdRAFqD1lTo0WWPdpoWbh0-_T5CMVA7bj3v40XBoCexQQAvD_BwE&d=7013y000002EkAlAAK&nc=7013y000002EklpAAK&utm_source=google&utm_medium=paid_search&utm_campaign=latam_br_alllobaw&utm_content=pg-pt-mash_7013y000002EkAlAAK&utm_term=bigdata&ef_id=CjwKCAiA1fqrBhA1EiwAMU5m_wM-LDJvDzt5MKCjdRAFqD1lTo0WWPdpoWbh0-_T5CMVA7bj3v40XBoCexQQAvD_BwE:G:s&gclsrc=aw.ds&&pcrid=674132507422&pdv=c&gad_source=1

[3] GAROFALO, Debora. **6 tendências para a educação em 2024**. 2024. Disponível em: https://revistaeducacao.com.br/2023/12/18/tendencias-para-a-educacao-em-2024/

[4] PINTO, Leandro Rafael; SILVA, Adriano Willian da. **Educação profissional e tecnológica: projetos e práticas docentes.** Editora Científica Digital, 2024.

[5] UEHARA, Liana. **Volta às Aulas 2024: como se preparar?** 2023. Disponível em: https://blog.elo7.com.br/negocio-criativo/volta-as-aulas-2024-como-se-preparar.

[6] PAGO, Mercado. **Volta às aulas: como preparar seu negócio e vender mais**. 2023. Disponível em: https://empreendedores.mercadopago.com.br/como-preparar-seu-negocio-para-vender-mais-na-volta-as-aulas

[7] EXPERIAN, Serasa. **Planeje-se para lucrar com a volta às aulas**. 2023. Disponível em: https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/pme/planeje-se-para-lucrar-com-a-volta-as-aulas/

[8] GLOBO, Inteligência de Mercado. **Volta às aulas 2022 e o aquecimento do setor de materiais escolares**. 2022. Disponível em: https://gente.globo.com/infografico-pesquisa-volta-as-aulas-2022-e-o-aquecimento-do-setor-de-materiais-escolares/

[9] YUGE, Claudio. **Material escolar: quais as vantagens e desvantagens das compras online?** 2023. Disponível em: https://canaltech.com.br/e-commerce/material-escolar-quais-as-vantagens-e-desvantagens-das-compras-online-236678/

[10] TILIBRA, Tina da. **7 tendências de papelaria que vão bombar esse ano. 2024.** Disponível em: https://blog.tilibraexpress.com.br/7-tendencias-de-papelaria-que-vao-bombar-em-2024/

[11] SALESFORCE. **Atendimento ao Cliente e Experiência do Cliente**. Sem data de publicação. Disponível em: https://www.salesforce.com/br/atendimento-ao-cliente/customer-experience/.

[12] MARTINS, Mart. **Layout da Loja: como começar por fora e terminar por dentro**. 2018. Disponível em: https://www.falamart.com.br/layout-da-loja/

[13] SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. Comportamento Empreendedor. 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamento-empreendedor,1cedfb94f7407810VgnVCM1000001b00320aRCRD.

[14] PAGNAN, Aline. **Volata às aulas 2024 : 10 dicas para economizar com material escolar**. 2024. Disponível em: https://jr.jor.br/2024/01/05/volta-as-aulas-2024-10-dicas-para-economizar-com-material-escolar/

[15] CARNEVALE, Bruna. **Reajuste da mensalidade escolar em 2024: Tudo o que você precisa saber**. 2023. Disponível em: https://seudireito.proteste.org.br/reajuste-mensalidade-escolar/

[16] BRANCO, Ana Paula. **Veja os direitos dos consumidores para a volta às aulas**. 2023. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/01/veja-os-direitos-dos-consumidores-para-a-volta-as-aulas.shtml.

[17] Brasil. Lei nº 12.886, de 26 de novembro de 2013. **Dispõe sobre a proibição de exigência de pagamento adicional ou fornecimento de qualquer material escolar de uso coletivo nas escolas da rede pública e privada do ensino fundamental e médio**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 27 nov. 2013. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12886.htm

[18] SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. **Iniciando um pequeno grande negócio**. 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/iniciando-um-pequeno-grande-negocio,5f60b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD

[19] BRASIL. Receita Federal do Brasil - Simples Nacional, **Estatísticas SINAC, 2023.** Disponível em: http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/Default.aspx. Acesso em 07dez23 as 11h12min.

[20] SAVITZ, Andrew W.; WEBER, Karl. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental.** Elsiever, 2007.

[21] ATENDARE. **Como construir relacionamentos de longo prazo com os clientes? 12 dicas para aplicar hoje!** Sem data de publicação. Disponível em: https://atendare.com/br/blog/relacionamento-com-o-cliente/

[22] VASCONCELOS, Laura. **Volta às aulas: como aumentar o lucro da sua papelaria**. 2023. Disponível em: https://www.nextar.com.br/blog/volta-as-aulas.

[23] EMPRESAS, Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas. **Ponto de venda: estratégias e dicas para acertar na escolha**. 2022. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-sucesso-do-negocio-depende-de-sua-localizacao,11e89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD

[24] JULIO, Rennan A.. **6 dicas para montar uma papelaria de sucesso**. 2017. Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2017/01/6-dicas-para-montar-uma-papelaria-de-sucesso.html

[25] EXPERIAN, Serasa. **Como impulsionar as vendas de material escolar na volta às aulas**. 2019. Disponível em: https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/marketing/como-impulsionar-as-vendas-de-material-escolar-na-volta-as-aulas/

[26] MORAES, Daniel. **A arte de fidelização do cliente: entenda o que você precisa para ter um consumidor que propague sua marca**. 2018. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/fidelizacao-de-clientes/.

# Referências


[27] ALBERGARIA, Caroline. **Consumo em Papelarias: Atributos que Influenciam o Processo Decisório de Compra em Estabelecimentos Varejistas do Rio de Janeiro**. 2017. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/33431/33431.PDF.

[28] SEBRAE, Instituto Ethos e. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas**. 2023. Disponível em: https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/7Responsabilidade-Social-Empresarial-para-Micro-e-Pequenas-Empresas_Passo-a-Passo-2003.pdf.

[29] BRASIL. **Secretaria Nacional do Consumidor orienta sobre a compra de material escolar**. 2022. Disponível em: https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/janeiro/secretaria-nacional-do-consumidor-orienta-consumidores-para-compra-de-material-escolar-na-volta-as-aulas.

[30] BOULOS, Henrique Maciel. **5 estratégias para evitar que clientes insatisfeitos gerem prejuízo para sua empresa**. 2019. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/5-estrategias-para-evitar-que-clientes-insatisfeitos-gerem-prejuizo-para-sua-empresa/723630936.

[31] JANEIRO, Procon Rio de. **Matrícula e rematrícula: tudo o que você precisa saber**. 2023. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1Wwx-PO9W1Jnwt-TyXZslc6gBkDavNzCL/view.

[32] E-COMMERCE, Escola de. **Produtos sustentáveis: entenda tudo sobre esse negócio lucrativo e consciente**. 2023. Disponível em: https://www.tray.com.br/escola/produtos-sustentaveis/

[33] UNESCO. **Lições de empreendedorismo para o alcance de uma educação emancipadora e transformadora: material didático**. 2022. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382279

[34] SCHOOL, Fia Business. **Robótica educacional: o que é, como funciona e importância**. 2021. Disponível em: https://fia.com.br/blog/robotica-educacional/.

[35] ENSINO, Sistema Positivo de. **Inclusão na Escola: Estratégias Eficazes para Educadores**. 2024. Disponível em: https://www.sistemapositivo.com.br/inclusao-na-escola/

[36] LANGE, Carla Helena. **Saúde mental na escola: como identificar problemas e cuidar de seus alunos**. 2023. Disponível em: https://www.sponte.com.br/como-ajuda-a-saude-mental-dos-alunos

[37] FERREIRA, Luiz Claudio. **Segurança é mais do que criar barreiras à escola, dizem especialistas**. 2023. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2023-04/seguranca-e-mais-do-que-criar-barreiras-escola-dizem-especialistas.

[38] INVESTIMENTO, Guia. N**egócios baseados em assinaturas: o modelo de sucesso**. 2023. Disponível em: https://cantinhoempreendedor.com.br/gestao-e-negocios/negocios-baseados-em-assinaturas-o-modelo-de-sucesso/

[39] BRASIL, E-Commerce. **Cinco tendências nas quais o marketing omnichannel deve ficar de olho**. 2023. Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/cinco-tendencias-nas-quais-o-marketing-omnichannel-deve-ficar-de-olho.

[40] BUSSOLA. **Número de produtos assinados por celebridades digitais cresce em 60% entre 2020 e 2022**. 2023. Disponível em: https://exame.com/bussola/numero-de-produtos-assinados-por-celebridades-digitais-cresce-em-60-entre-2020-e-2022/

[41] DOURADO, Maria Luiza. **Volta às aulas: mensalidade escolar deve subir 9% em 2024-, aponta pesquisa**. 2023. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/consumo/volta-as-aulas-mensalidade-escolar-deve-subir-9-em-2024-aponta-pesquisa/.

[42] IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Inflação**. 2023. Disponível em: https://ibge.gov.br/pesquisas.

[43] RABBIT, Grupo. **Pesquisa EXPLORA / GRUPO RABBIT – Rematrículas 2024**. 2023. Disponível em: https://blog.gruporabbit.com.br/2023/10/20/pesquisa-explora-grupo-rabbit-rematriculas-2024/.

[44] ANTAGONISTA, O. **Volta às aulas 2024: saiba como economizar com material escolar**. 2024. Disponível em: https://oantagonista.com.br/brasil/volta-as-aulas-2024-saiba-como-economizar-com-material-escolar/.

[45] TRIS. **Lista de material escolar: 13 itens essenciais de papelaria**. 2024. Disponível em: https://blog.tris.com.br/lista-de-material-escolar/

[46] NUBIMETRICS. **VOLTAS ÀS AULAS 2024: 5 MATERIAIS ESCOLARES PARA VENDER ONLINE**. 2023. Disponível em: https://academia.nubimetrics.com/br/volta-as-aulas#tag-02.

[47] EMPRESAS, **Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas. Mercado de Uniformes**. 2022. Disponível em: https://www.sebrae-sc.com.br/storage/pdf/SebraeSC-Mercado-de-uniformes.pdf.

[48] GIL, Pedro. **PMEs online faturam R$ 1,4 milhão com volta às aulas** Leia mais em: https://veja.abril.com.br/economia/pmes-online-faturam-r-14-milhao-com-volta-as-aulas/. 2024. Disponível em: https://veja.abril.com.br/economia/pmes-online-faturam-r-14-milhao-com-volta-as-aulas/

[49] EMPRESAS, **Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas**. O que é ticket médio? 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-ticket-medio,5d4a00d232766810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=O%20ticket%20m%C3%A9dio%20%C3%A9%20um,intervalo%20de%20tempo%20em%20quest%C3%A3o.

[50] CHRISTENSEN, Clayton M.,**O Dilema da Inovação: Quando as Novas Tecnologias Levam Empresas ao Fracasso.** São Paulo, M.Books do Brasil 2012.

[51] MORGAN, M. **Preço do material escolar sobe em média 8,5% em 2024.** Revista da Papelaria, publicado em 10/01/2024. Disponível em: https://revistadapapelaria.com.br/varejo/gestao/preco-do-material-escolar-sobe-em-media-85-em-2024/#:~:text=Pre%C3%A7o%20do%20material%20escolar%20sobe,em%202024%20%2D%20Revista%20da%20Papelaria.

[52] LU, Blog da. **Volta às aulas 2024: itens pra arrasar.** 2024. Disponível em: https://www.magazineluiza.com.br/blog-da-lu/c/dl/dldc/volta-as-aulas-2024-itens-pra-arrasar/12427/.

0800 570 0800
www.sebrae.com.br/para
2024