

Volta às Aulas

2024

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



O início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e pela volta às aulas e, com isso, surgem as listas de material escolar, em que os itens necessários para o ano inteiro são adquiridos de uma só vez, no começo do ano letivo. Dessa forma, o período de volta às aulas tem influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas.

O Núcleo de Pesquisa & Inteligência da Fecomércio MG realizou um levantamento com os empresários de Minas Gerais que atuam com vendas de materiais escolares, entre eles: papelaria e livraria; mercado, supermercado e hipermercado; loja de departamento, magazine e multicoisas. O objetivo do projeto é mensurar os impactos da data para o comércio do Estado, conhecer ações adotadas pelas lojas, assim como identificar o perfil das compras realizadas no período.

21,5% das empresas obtiveram resultados melhores de vendas se comparado a 2023 e 48,1% disseram que o maior fluxo de consumidores ocorreu no mês de fevereiro.

As vendas para o volta às aulas foram melhores para 21,5% das empresas do comércio. Para tal resultado, fatores como o aquecimento do comércio e as ações da loja, foram apontados por 49,4% e 30,1%. O período com maior fluxo de consumidores foi o início de fevereiro, de acordo com maior parte dos empresários (48,1%).

Como forma de atrair os clientes e alavancar as vendas, muitas empresas realizaram promoções e/ou liquidações (46,0%) de artigos que compõem a lista escolar e investiram em propagandas e divulgações (27,4%).

As vendas nesse ano se basearam, para 33,3% das empresas, em itens variados. Em 49,5% das lojas, o consumidor costuma realizar a pesquisa de preços sempre.

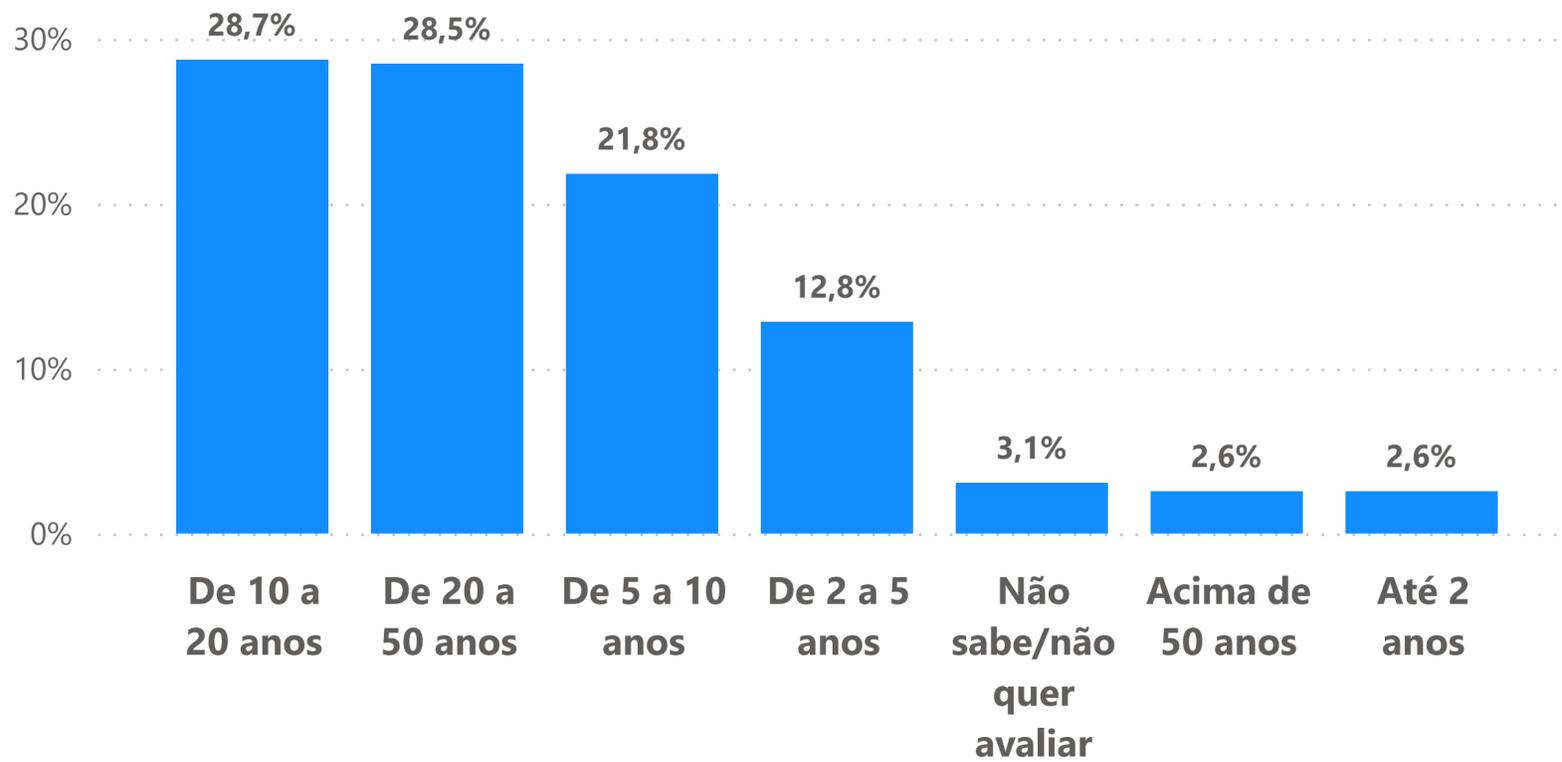
O valor médio gasto, por pessoa, variou de R\$100,00 a R\$300,00 em 55,4% das unidades avaliadas. Além disso, o meio de pagamento mais utilizado pelos consumidores foi o cartão de crédito parcelado, seguido do cartão de crédito à vista.

Perfil das empresas

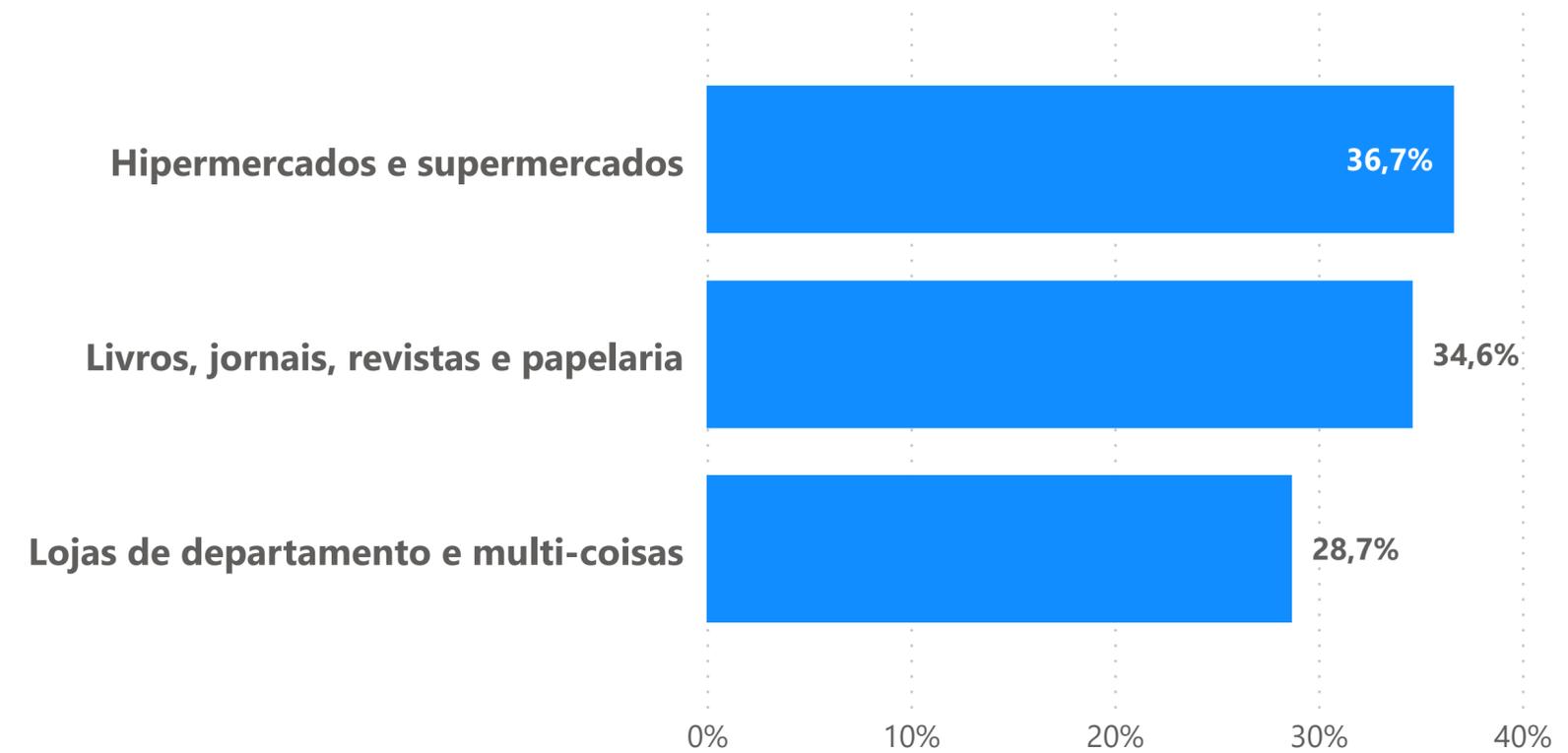
Ano

2024

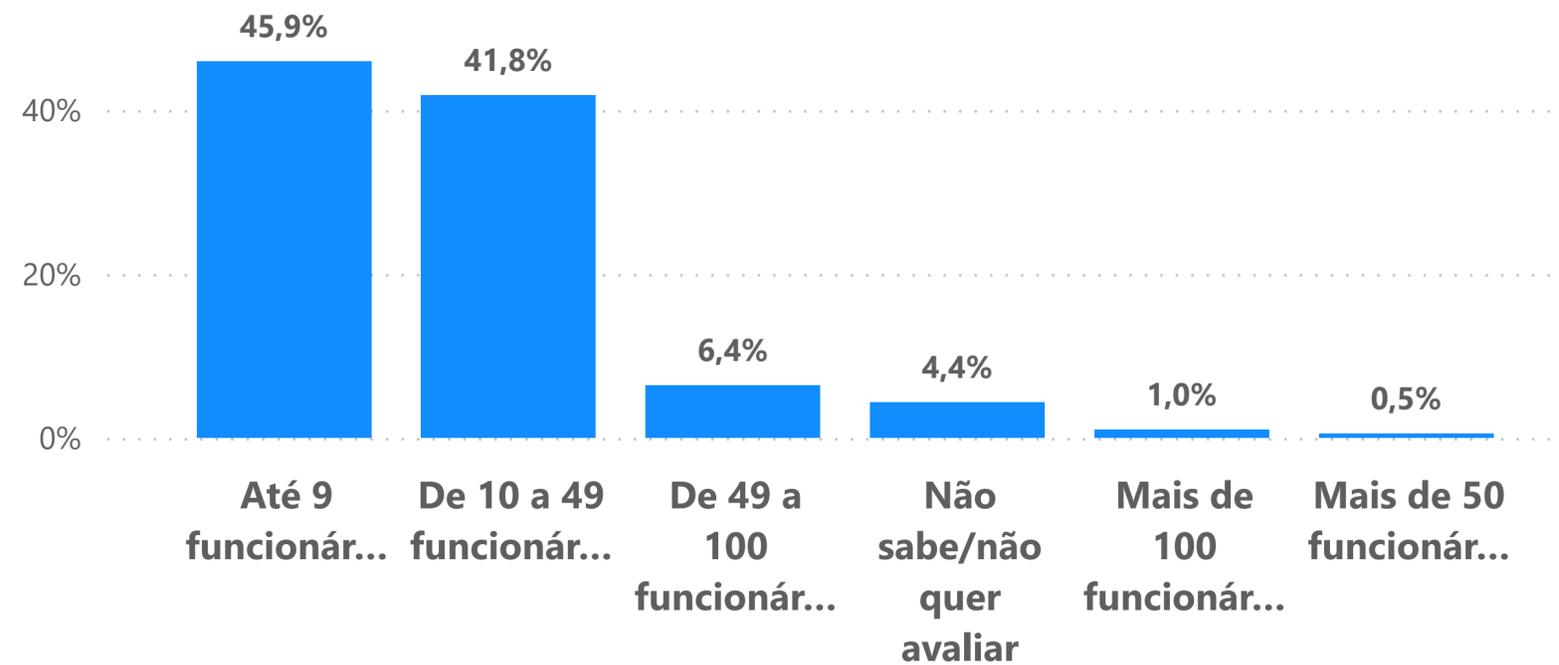
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento de atuação



Quantos funcionários tem a sua empresa?

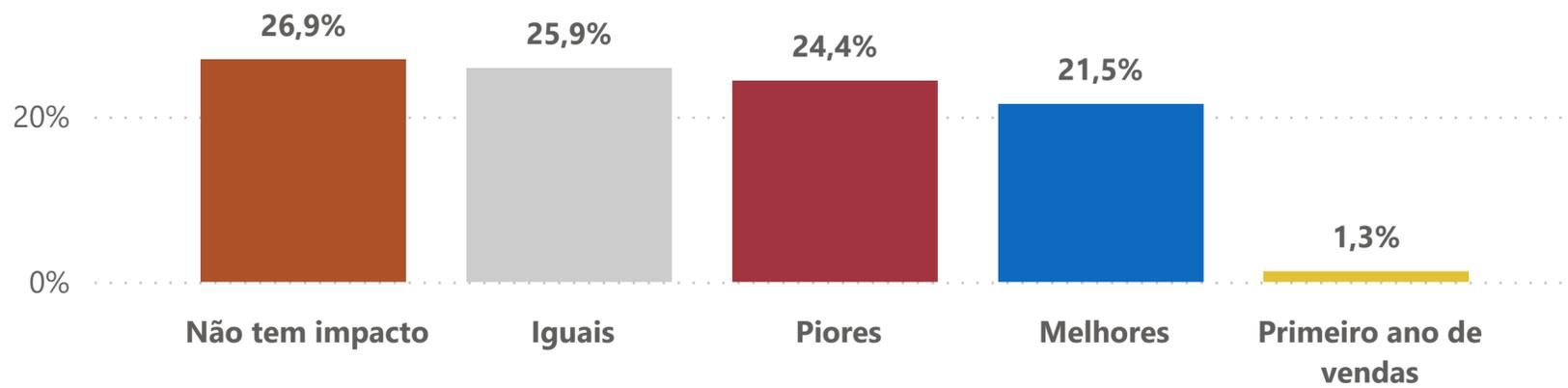


Desempenho das vendas

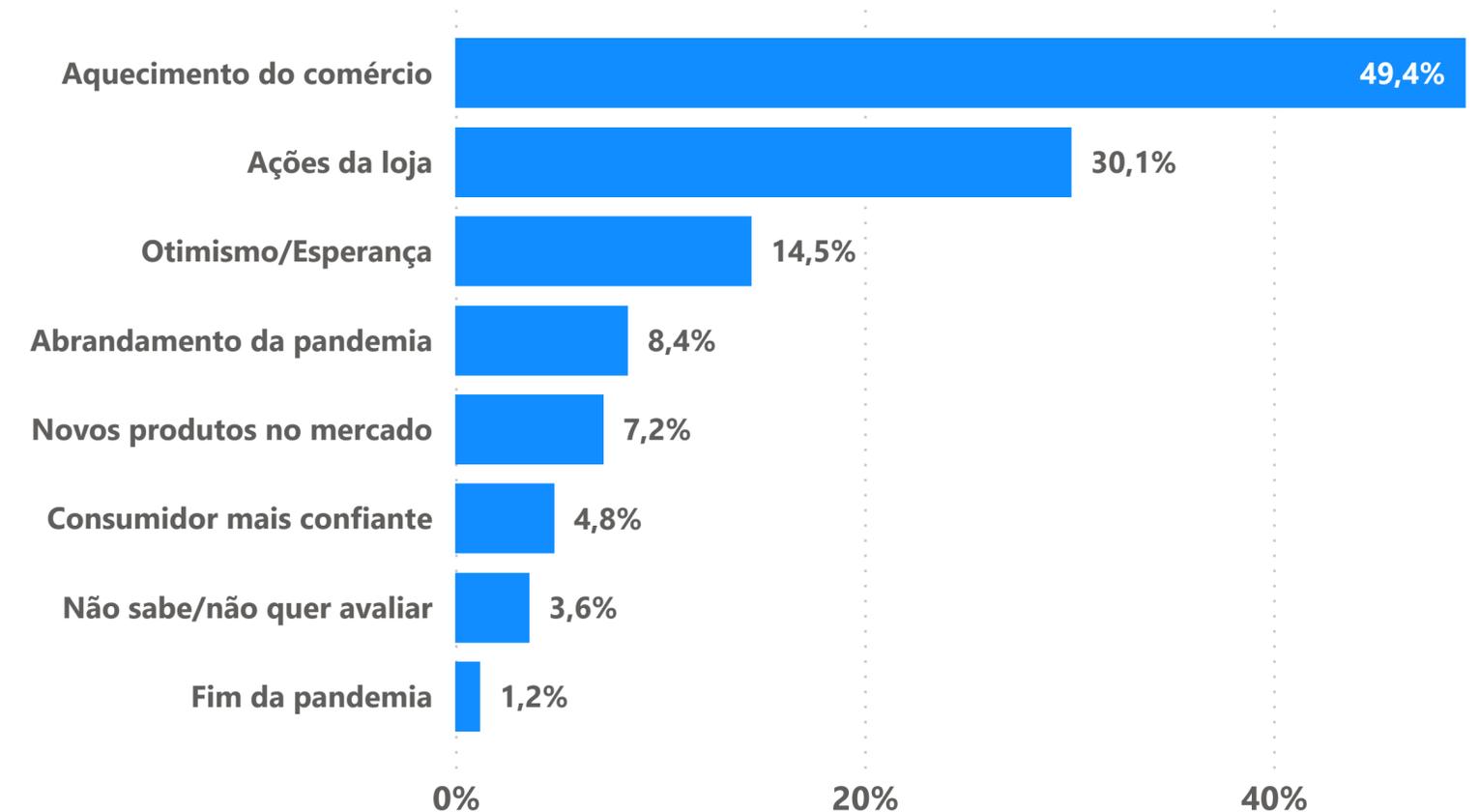
Ano

2024

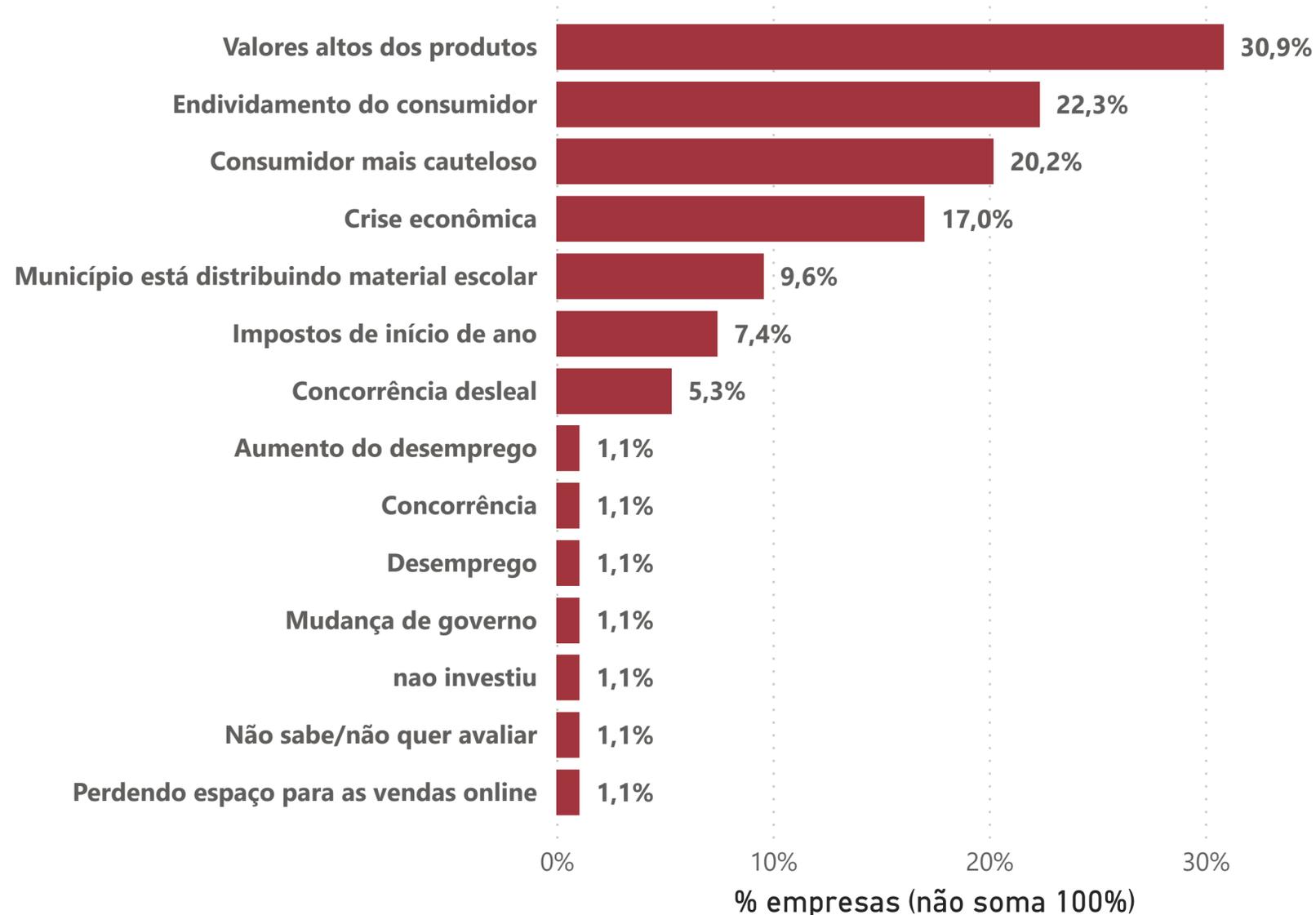
As vendas para volta às aulas, em relação ao ano passado estão sendo:



Motivos melhores



Motivos piores



% empresas (não soma 100%)

21,5% das empresas afirmaram que as vendas para o volta às aulas estão sendo melhores que no ano passado, resultado menor do que o observado no ano anterior (28,2%). Os principais motivos para esse resultado são aquecimento do comércio, ações da loja, otimismo/esp...

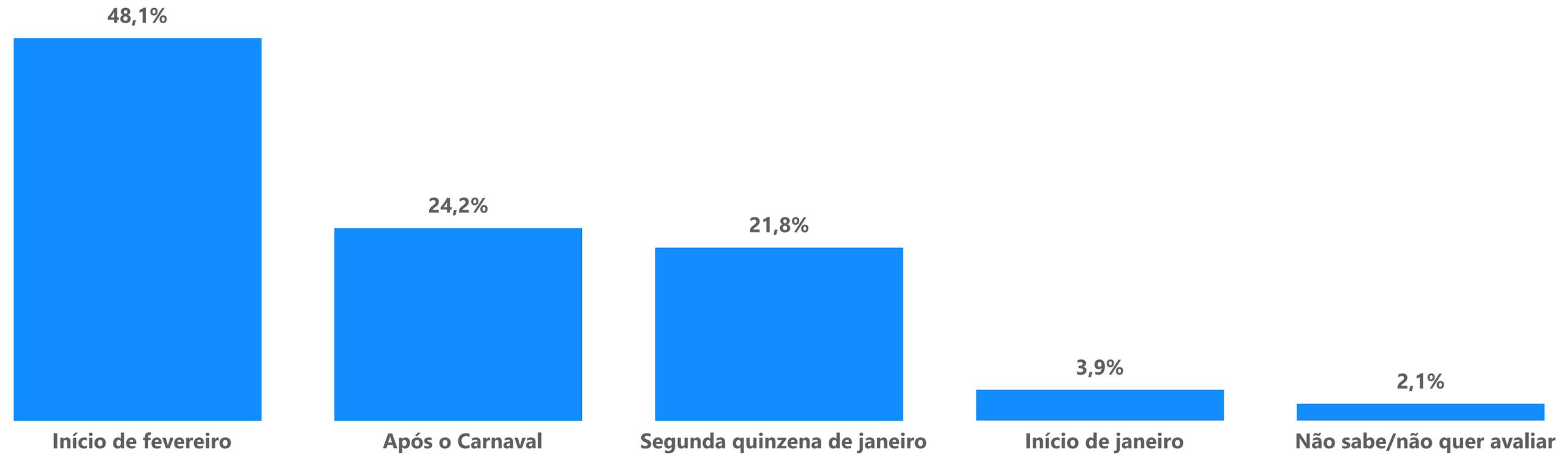
Para 24,4% dos empresários entrevistados os resultados deste ano foram piores se comparados com 2023, ano em que esse percentual chegou a 7,5% do Comércio Varejista. Os empresários atribuem tais resultados aos preços altos dos produtos principalmente.

Perfil de compras

Ano

2024

Em que momento há ou haverá maior fluxo de consumidores para as compras de volta às aulas neste ano?



A maioria das empresas esperam por maior fluxo de clientes e de vendas no início do mês de fevereiro (48,1%).

Ações para o período

Ano

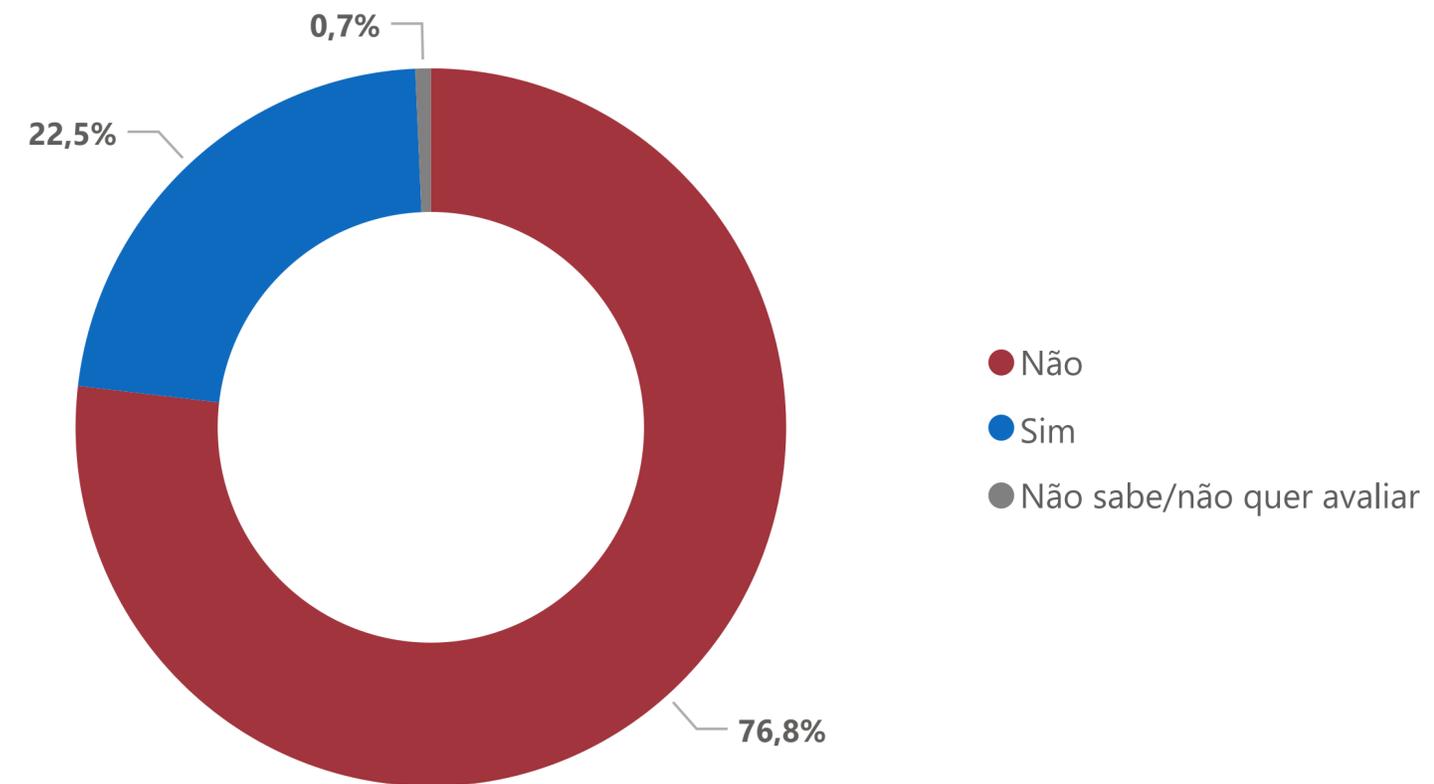
2024



Quais ações a loja adotou para melhorar as vendas no período?



A loja contratou ou irá contratar funcionários temporários para as vendas do período de volta às aulas?



Para aquecer as vendas no período de volta às aulas, 46,0% dos empresários realizaram/realizarão promoções e/ou liquidações. Os empresários também investiram em propaganda/divulgação (27,4%) e atendimento diferenciado (15,4%).

Em 22,5% das empresas dos segmentos avaliados, o quadro de funcionários para o período foi reforçado com a contratação de temporários, percentual semelhante ao observado no ano anterior, quando 24,2% contrataram.

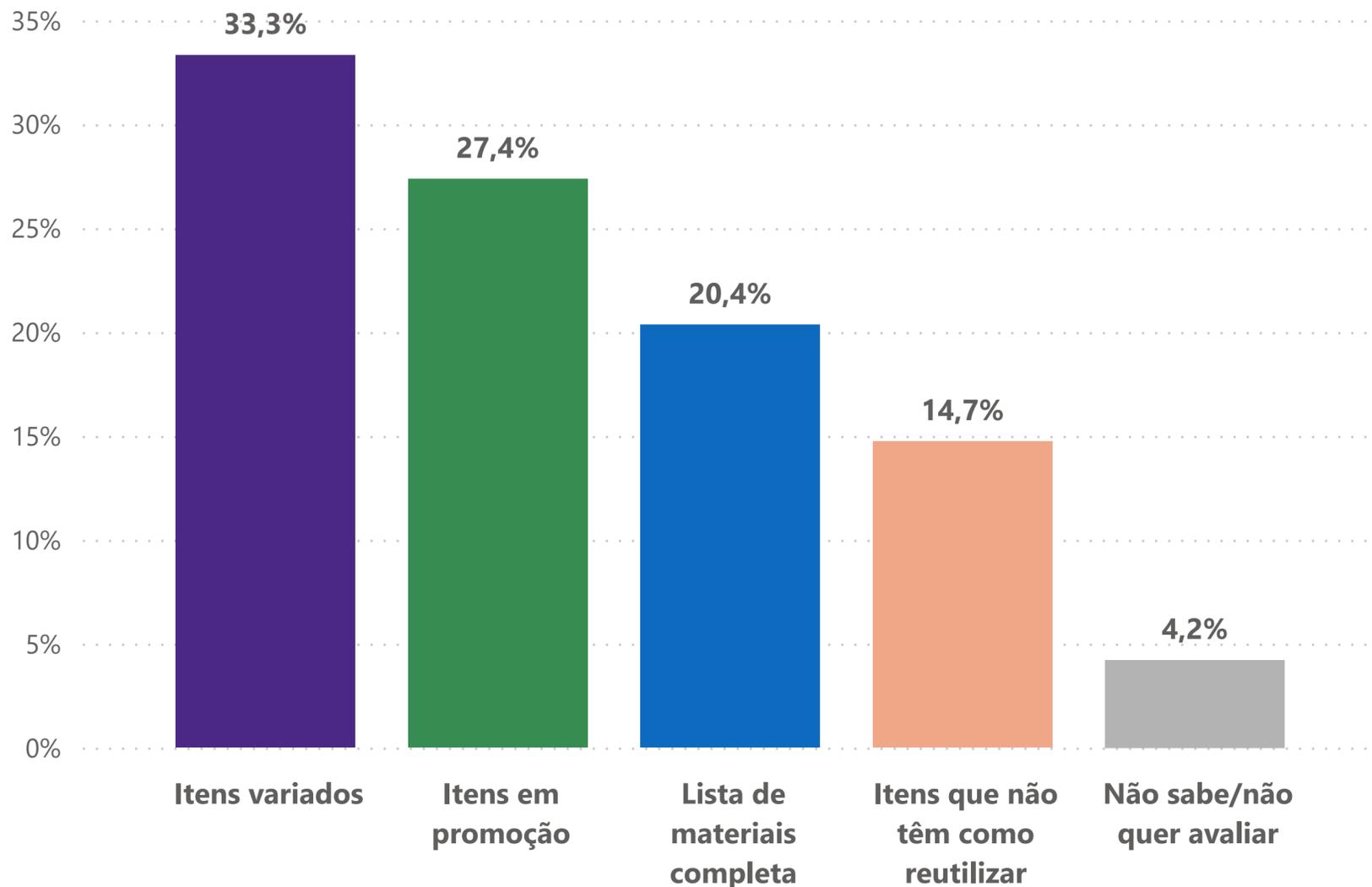
Perfil de compras

Ano

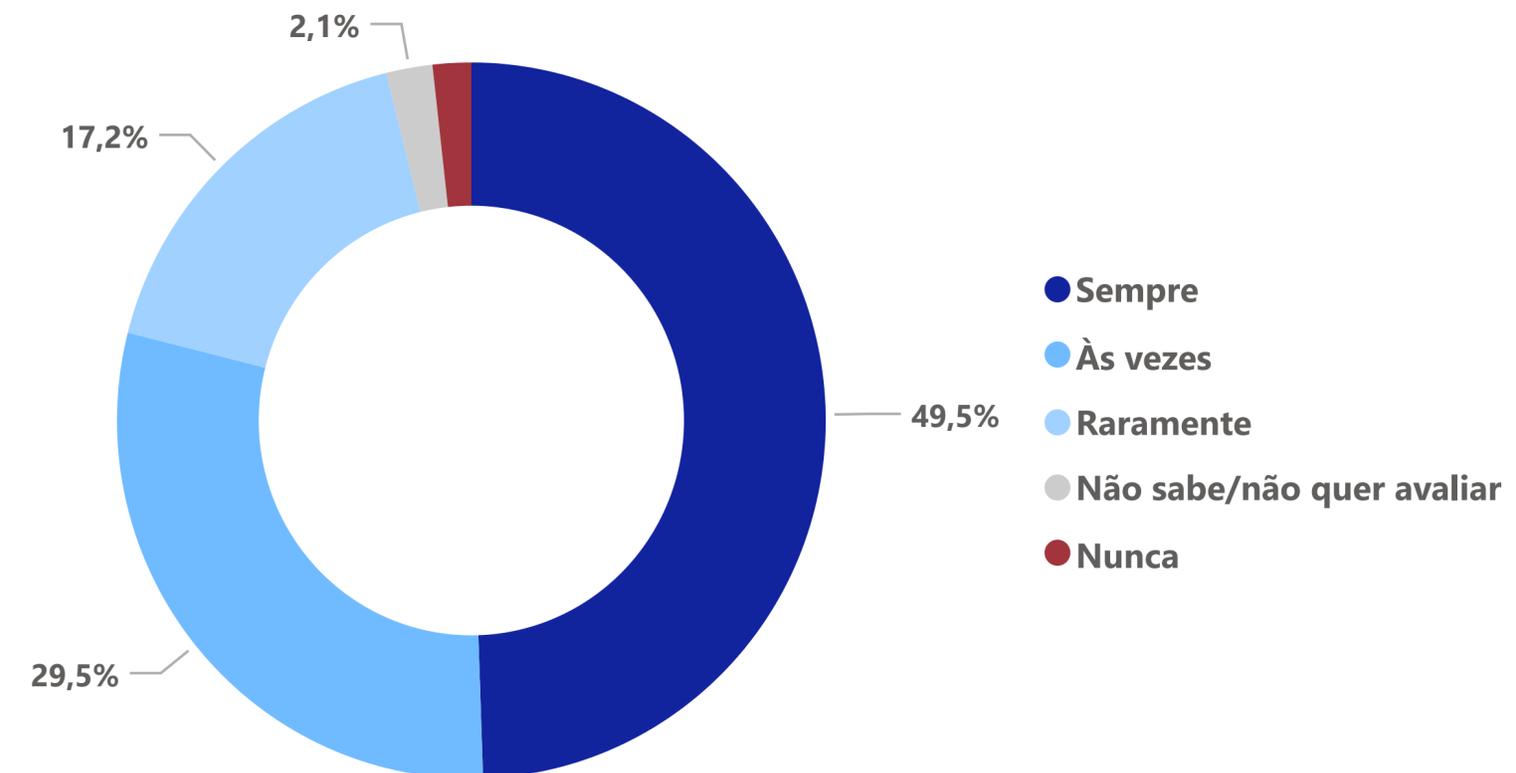
2024



Em geral, qual será o perfil das compras este ano?



Com que frequência os consumidores realizam pesquisa de preços?



Na opinião da maior parte dos empresários (33,3%), os consumidores optaram pela compra de itens variados. Em 27,4%, a opção foi pelos itens em promoção e para os demais (20,4%) os consumidores compraram a lista de materiais completa.

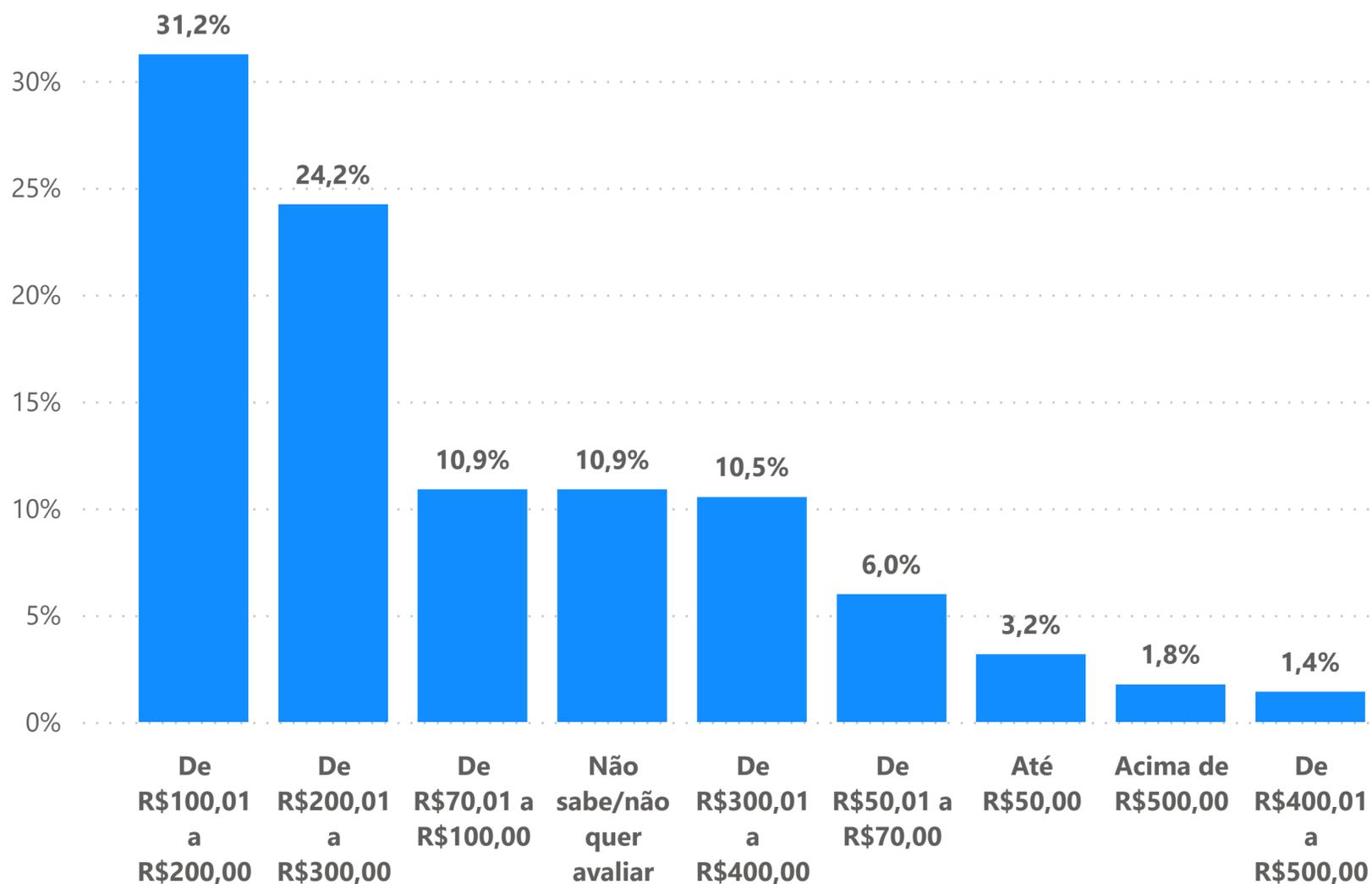
Segundo 49,5% dos empresários, para as compras do período, os consumidores sempre realizaram pesquisa de preços.

Perfil de compras

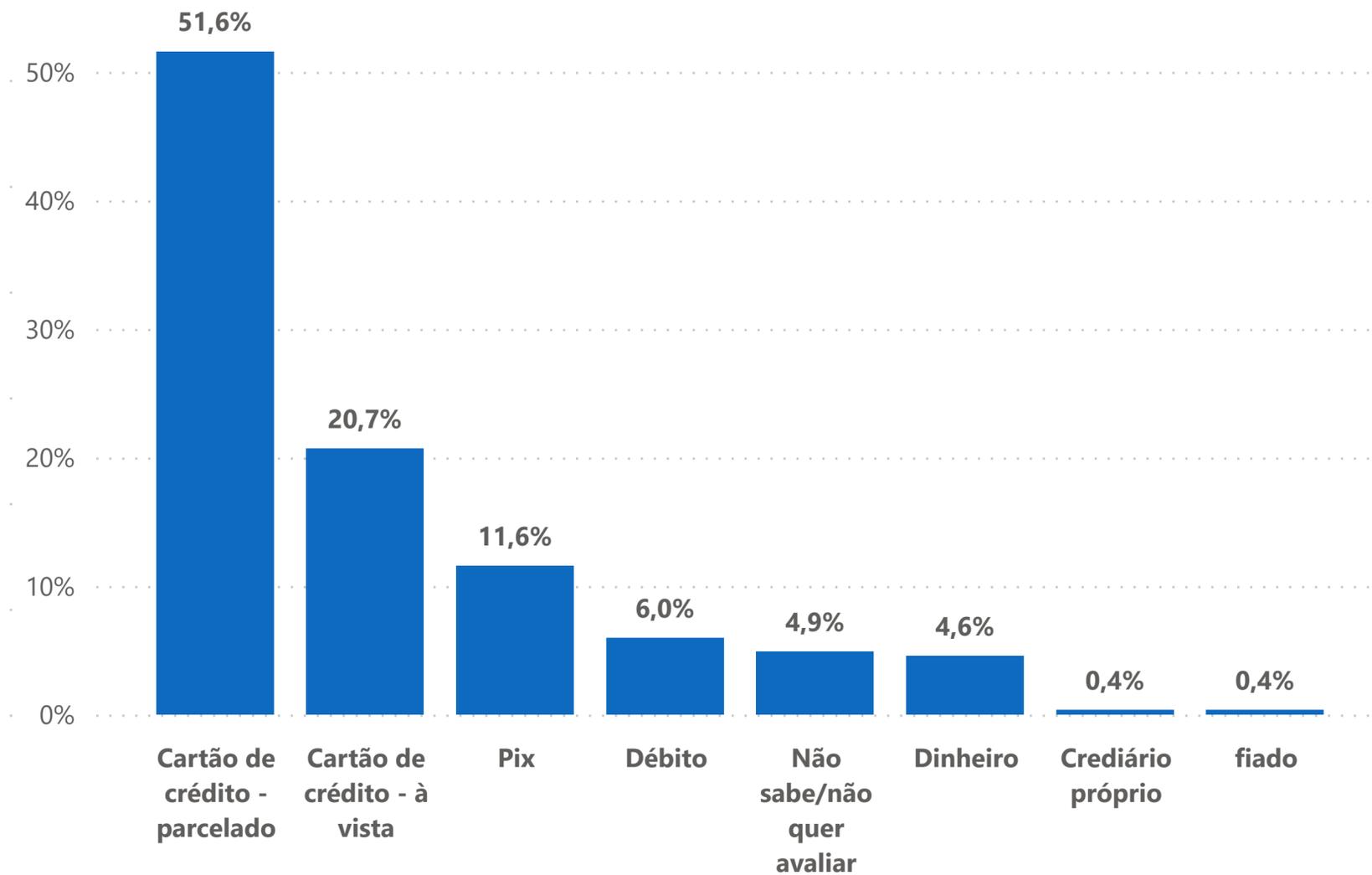
Ano

2024

Qual o gasto médio, por pessoa, para as compras dos materiais escolares?



Qual a forma de pagamento sobressairá/sobressaiu para as compras do período?



Em 55,4% das empresas, o gasto médio com as compras de materiais escolares variou de R\$100,00 a R\$300,00.

O principal meio de pagamento utilizado no período foi o cartão de crédito, modalidade que se destacou em 72,3% das empresas.

Levantamento do tipo survey telefônico, baseado em empresas do comércio varejista de Minas Gerais que trabalham com vendas de itens da lista de material escolar, incluindo: papelarias e livrarias; mercados, supermercados e hipermercados; lojas de departamento, magazine e multicoisas. A pesquisa foi realizada entre os dias 23 de janeiro e 07 de fevereiro de 2024. Foram avaliadas 390 empresas, sendo pelo menos 38 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenador de Estudos Econômicos: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Polyane Pereira Casagrande e Rafael Rei de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br