

Expectativa de Volta às Aulas 2026



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.

30,2% das empresas obtiveram resultados melhores de vendas se comparado a 2025 e 51,5% disseram que o maior fluxo de consumidores deve ocorrer na segunda quinzena de janeiro, enquanto 33,3% devem ter maior fluxo no início de fevereiro.

As vendas para o volta às aulas estão sendo melhores para 30,2% das empresas do comércio. Para tal resultado, fatores como o aquecimento do comércio, novos produtos no mercado e otimismo/esperança, foram apontados por 37,2%, 31,8% e 31,8%, respectivamente. O período com maior fluxo de consumidores deve ser na segunda quinzena de janeiro, de acordo com maior parte dos empresários (51,5%).

Como forma de atrair os clientes e alavancar as vendas, muitas empresas investiram em propaganda/divulgação (40,8%) e promoções/liquidações (30,7%) de artigos que compõem a lista escolar.

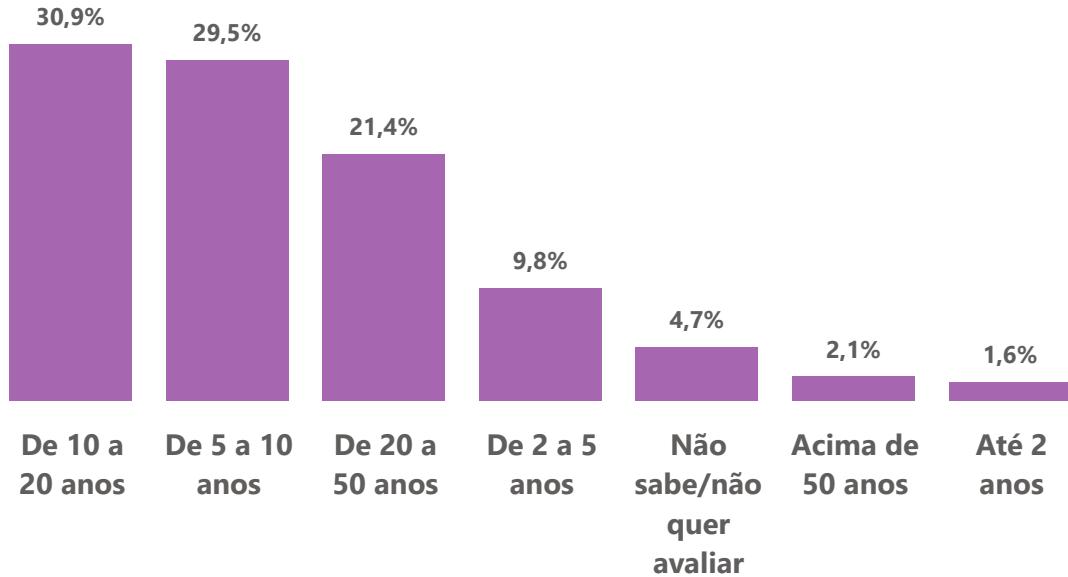
As vendas nesse ano se baseiam, para 40,3% das empresas, em itens variados. Para 40,3% das lojas, o consumidor costuma realizar a pesquisa de preços as vezes.

O valor médio gasto, por pessoa, deve variar de R\$100,00 a R\$300,00 em 49,6% das unidades avaliadas. Além disso, o meio de pagamento mais utilizado pelos consumidores foi o cartão de crédito parcelado (38,4%), seguido do pix (30,1%).

Perfil das empresas

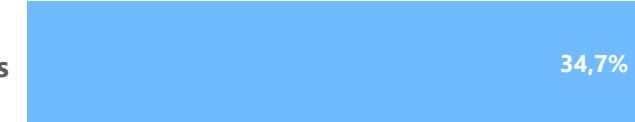
2026

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?

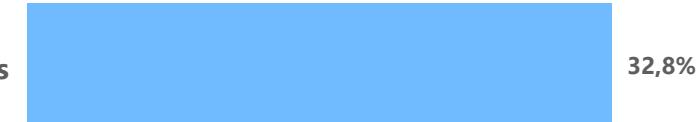


Segmento de atuação

Hipermercados e supermercados



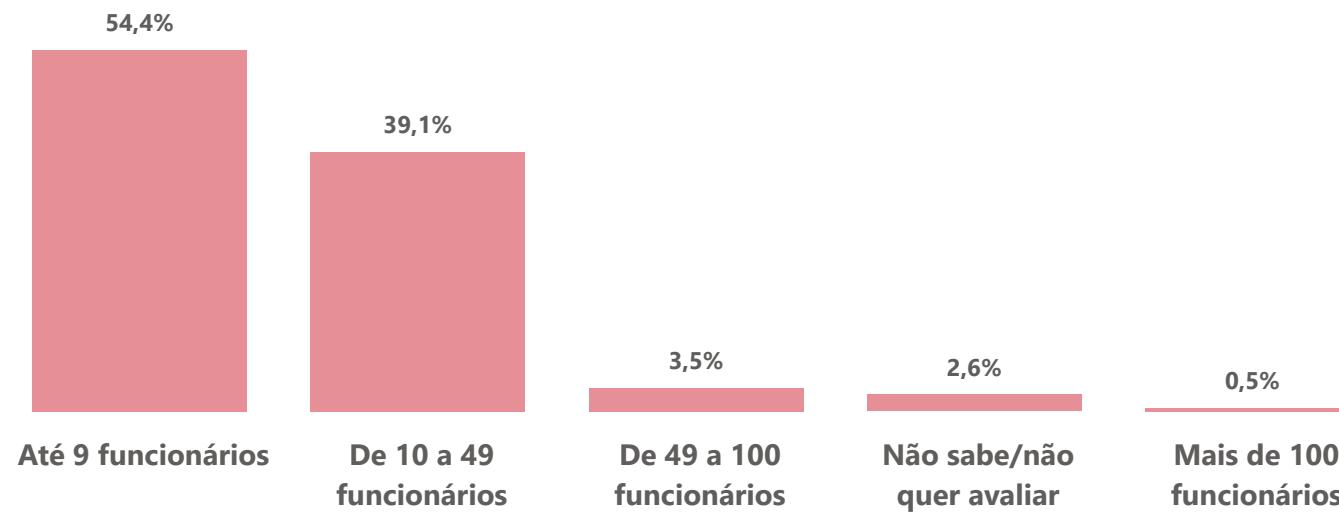
Lojas de departamento e multi-coisas



Livros, jornais, revistas e papelaria



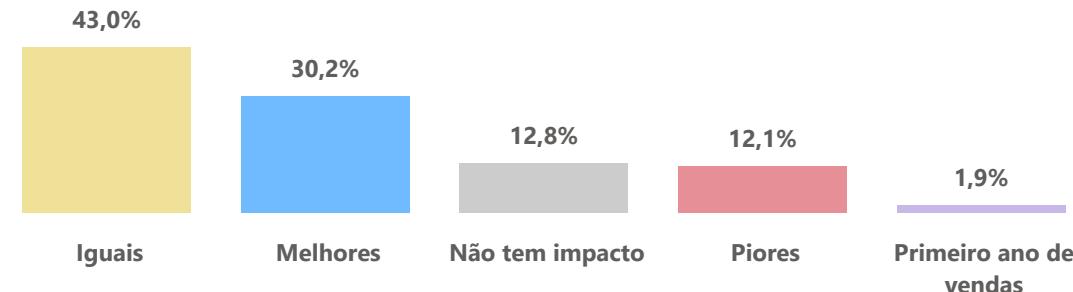
Quantos funcionários tem a sua empresa?



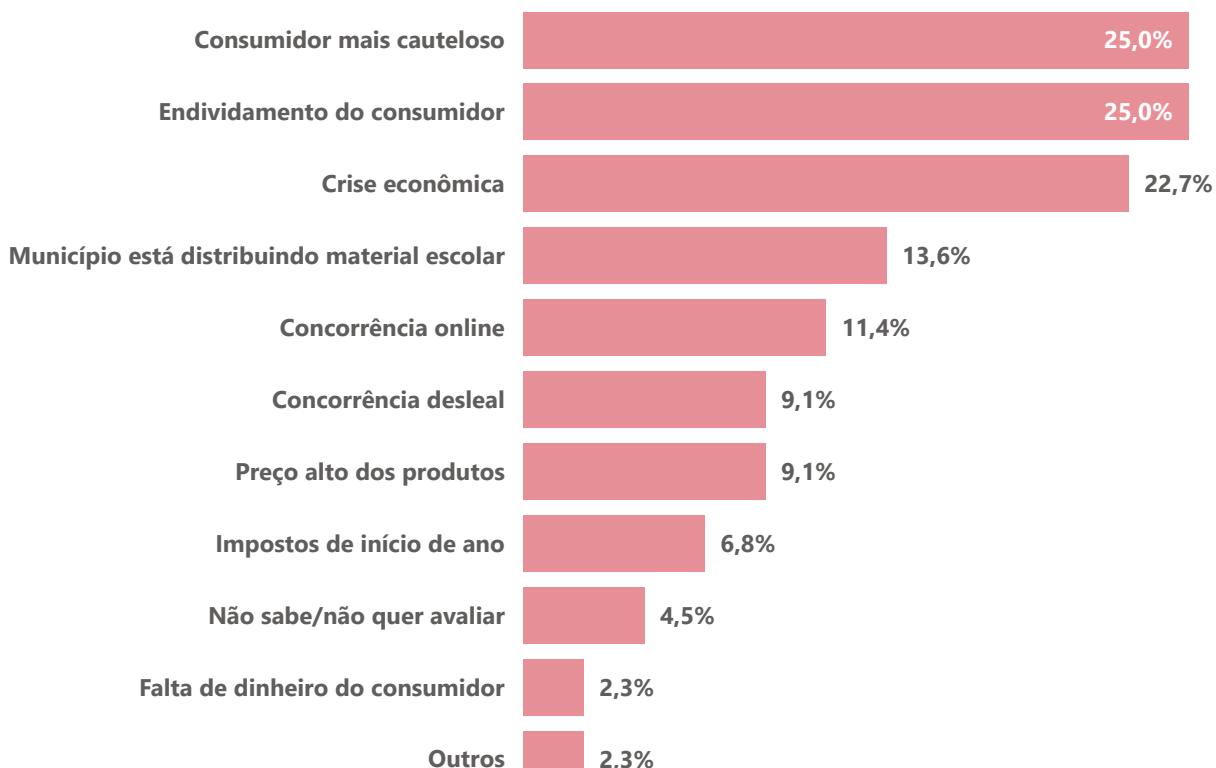
Desempenho das vendas

2026

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

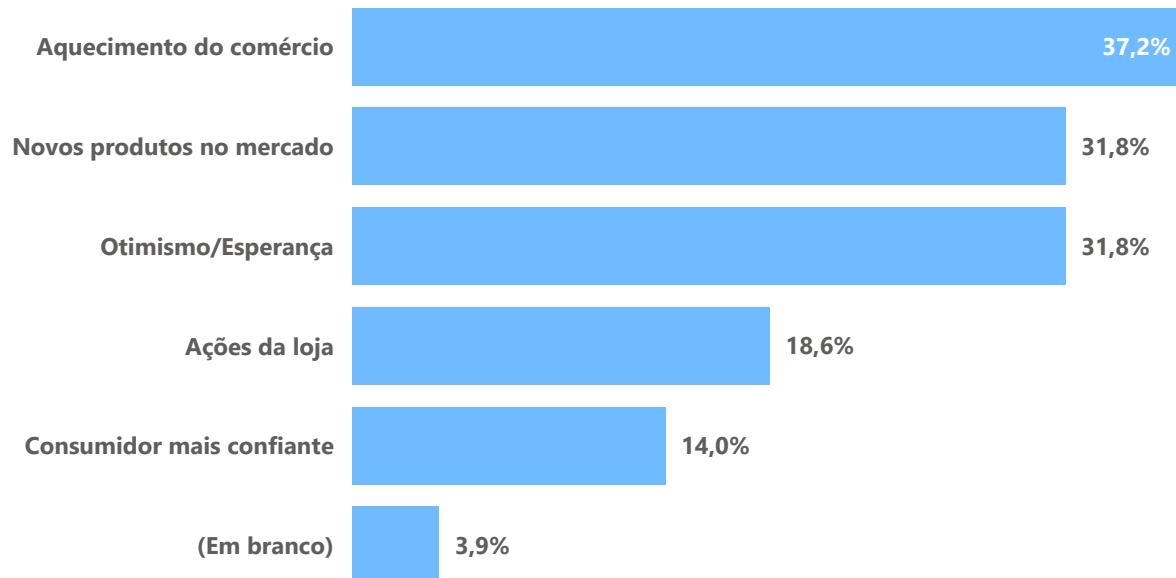


Motivos piores



% empresas (não soma 100%)

Motivos melhores



% empresas (não soma 100%)

30,2% das empresas afirmaram que as vendas para o volta às aulas estão sendo melhores que no ano passado. Os principais motivos para esse resultado são aquecimento do comércio (37,2%), novos produtos no mercado (31,8%) e otimismo/esperança (31,8%). Outros motivos apontados foram: diversificação do mix de produtos, compra de última hora e mais.

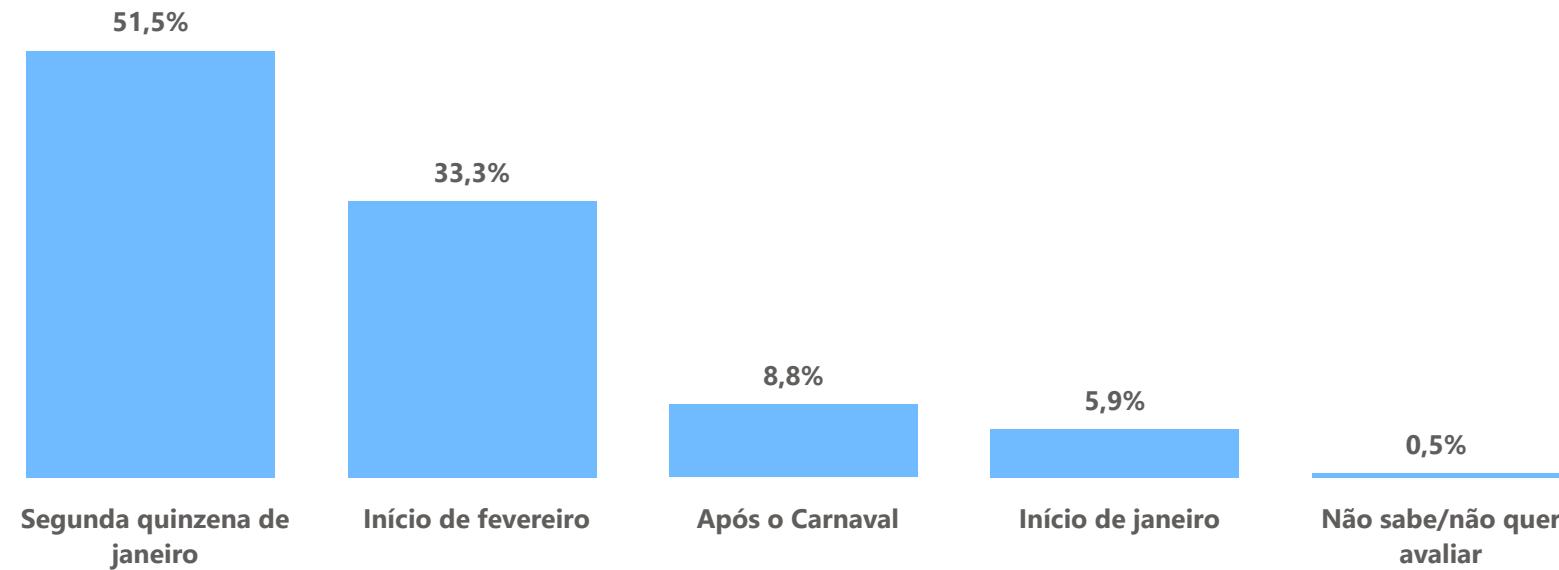
Para 12,1% dos empresários entrevistados, os resultados deste ano foram piores se comparados com 2025. Os empresários atribuem tais resultados a um consumidor mais cauteloso (25%) e a endividamento do consumidor (25%). Outros motivos apontados: baixo fluxo de vendas, clima/tempo, consumidores estão viajando e mais.

Perfil de compras

2026



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



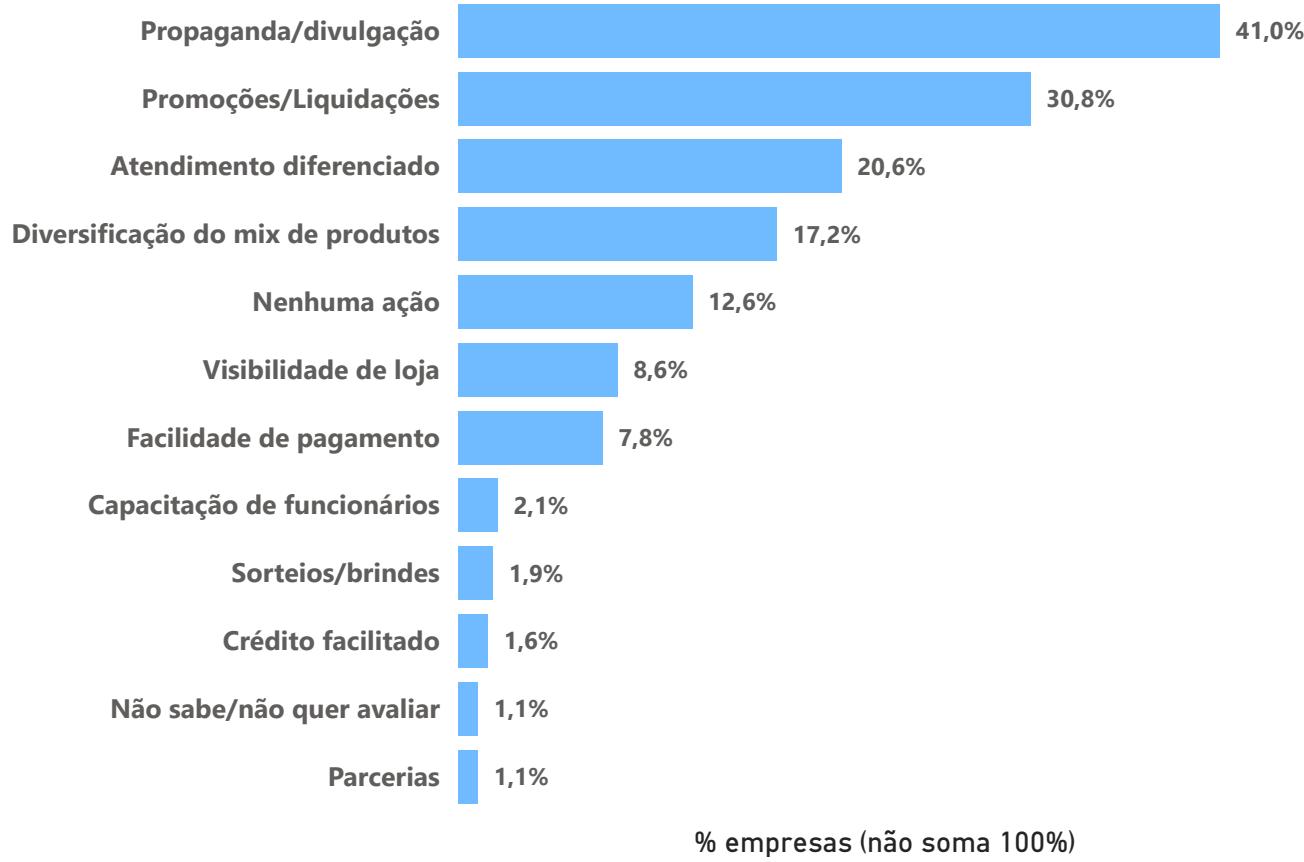
Grande parte das empresas (51,5%) esperam por maior fluxo de clientes e de vendas na segunda quinzena do mês de janeiro e 33,3% têm essa expectativa para o início de fevereiro.

Ações para o período

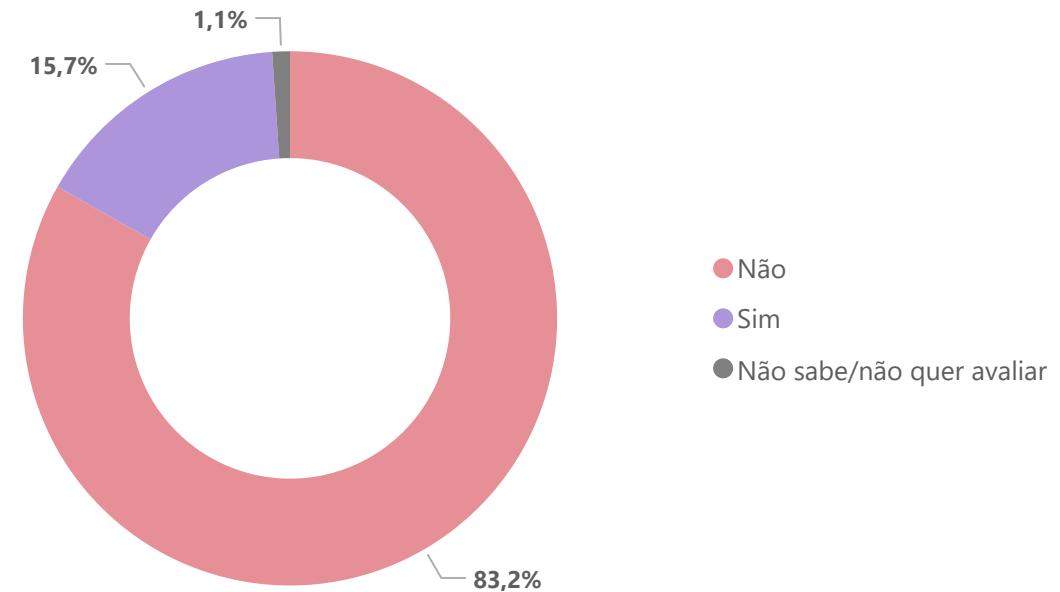
2026



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, 41,0% dos empresários realizaram/realizarão propaganda/divulgação. Os empresários também investiram em promoções/liquidações (30,8%) e atendimento diferenciado (20,6%).

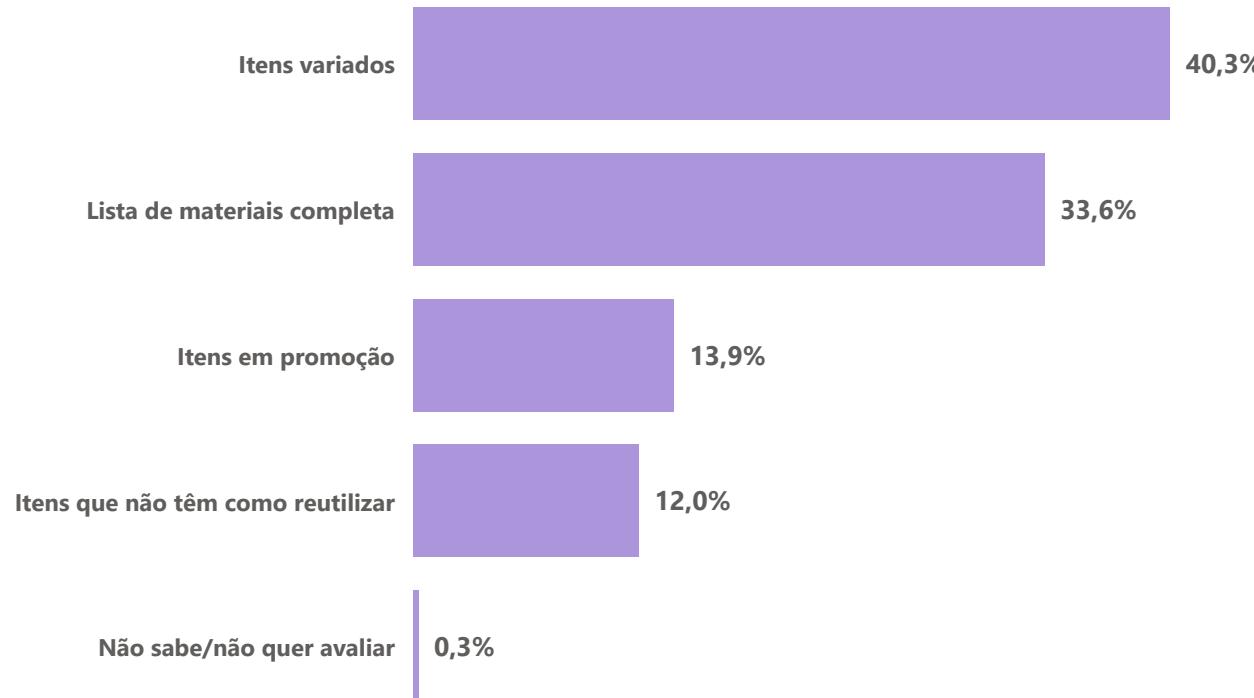
Este ano, 15,7% das empresas impactadas pelo período de volta as aulas, contrataram funcionários temporários para atender a demanda.

Perfil de compras

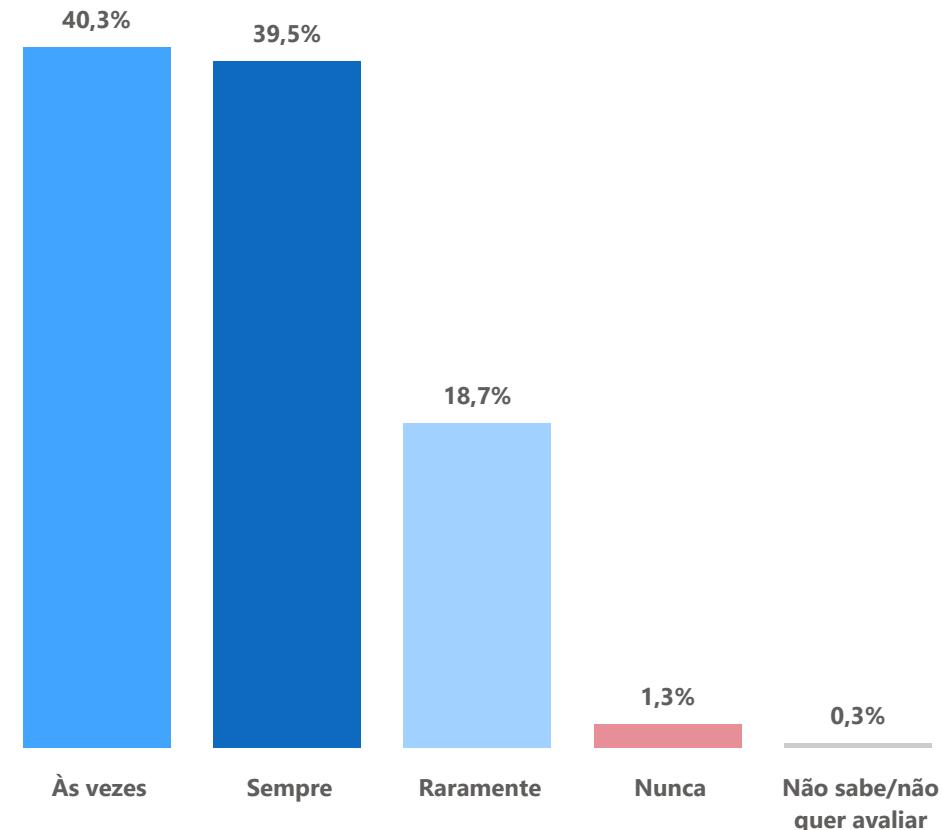
2026



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



Com que frequência os consumidores realizam pesquisa de preços?



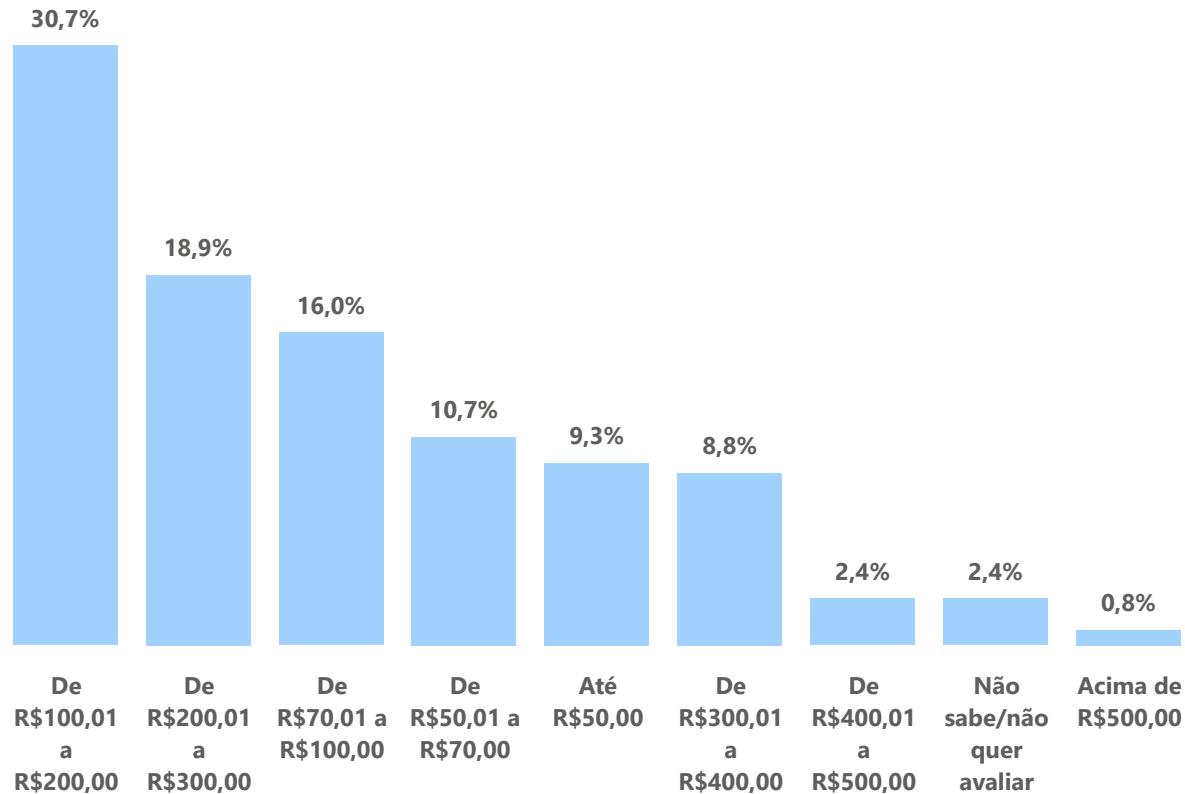
Na opinião da maior parte dos empresários (40,3%), os consumidores optarão por compra de itens variados. Para 33,6%, a opção será por lista de materiais completa e 13,9% acreditam que os consumidores optarão por itens em promoção.

Segundo os empresários, para as compras do período, os consumidores tem sempre pesquisa de preços durante o período.

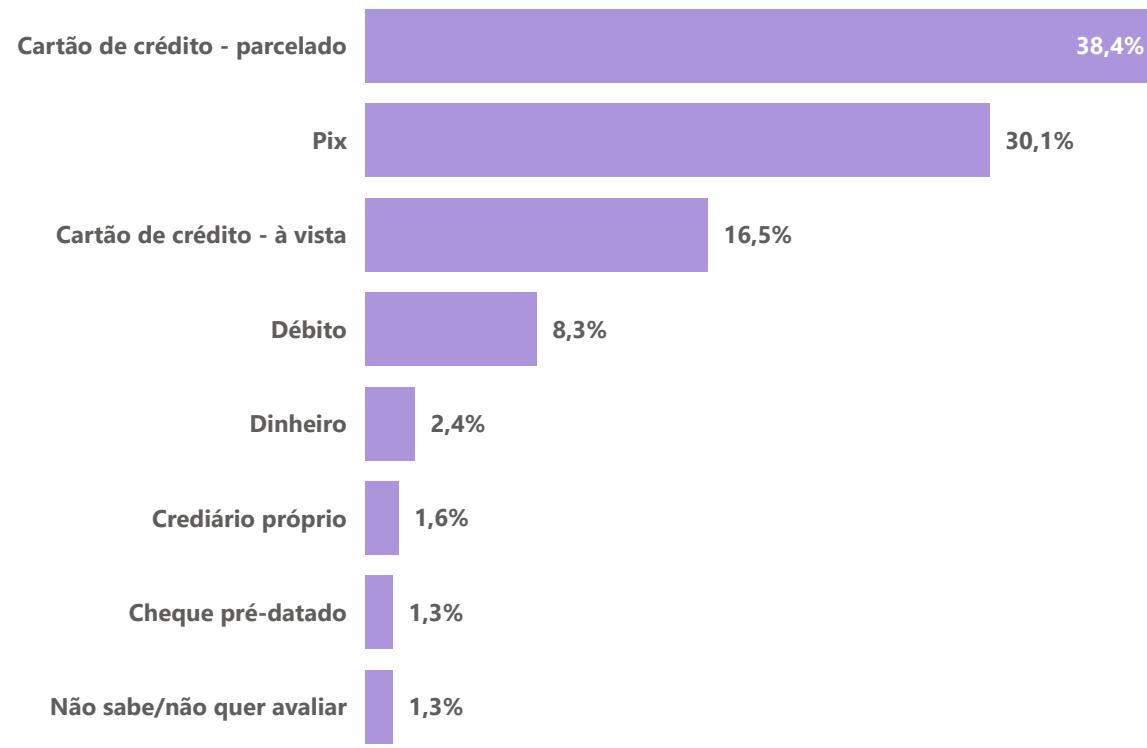
Perfil de compras

2026

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



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



Para 49,6% das empresas, o gasto médio com as compras de materiais escolares irá variar de R\$100,00 a R\$300,00.

O principal meio de pagamento utilizado no período será o cartão de crédito parcelado, modalidade que se destaca para 38,4% das empresas.

Pesquisa 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 5 e 12 de janeiro de 2026. Foram avaliadas 430 empresas, sendo pelo menos 39 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

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Pedro Henrique Mendes Costa e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Isabelly Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos 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@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br