



Volta às Aulas 2018

Opinião do Comércio Varejista de
Belo Horizonte

Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Volta às aulas

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 uma influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou um levantamento com os empresários da cidade de Belo Horizonte 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 da cidade, conhecer ações adotadas pelas lojas, assim como identificar o perfil das compras realizadas no período.



44,7% das empresas obtiveram vendas inferiores em janeiro em comparação com o mesmo mês de 2017, mas 70,9% esperam maior movimento no mês de fevereiro.

As vendas para o volta às aulas ainda não trouxeram bons resultados para o comércio. O cenário econômico (21,3%) e a mudança no início do calendário escolar (14,6%) foram os principais motivos apontados para as vendas inferiores à temporada do ano passado.

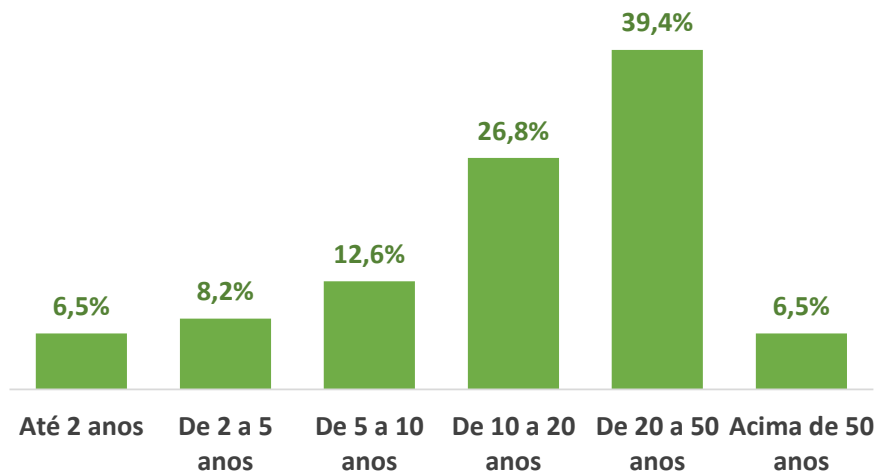
Como forma de atrair os clientes e alavancar as vendas no período, muitas empresas realizaram promoções e/ou liquidações em produtos da lista escolar (40,4%). Outras ações utilizadas foram propaganda/divulgação (16,7%) e visibilidade da loja (15,8%).

As vendas nesse ano se basearam, para 48,5% das empresas, na lista completa de materiais. Em 71,4% das lojas, o consumidor sempre realizou pesquisa de preços.

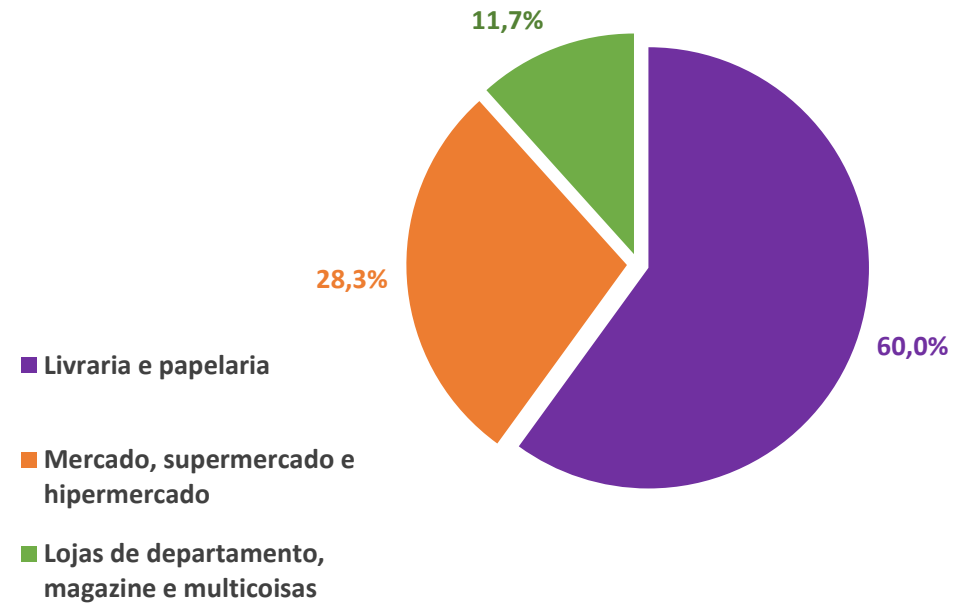
O valor médio gasto, por pessoa, não ultrapassou R\$100,00 em 44,4% das unidades avaliadas. Além disso, o meio de pagamento mais utilizado pelos consumidores foi o cartão de crédito parcelado.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



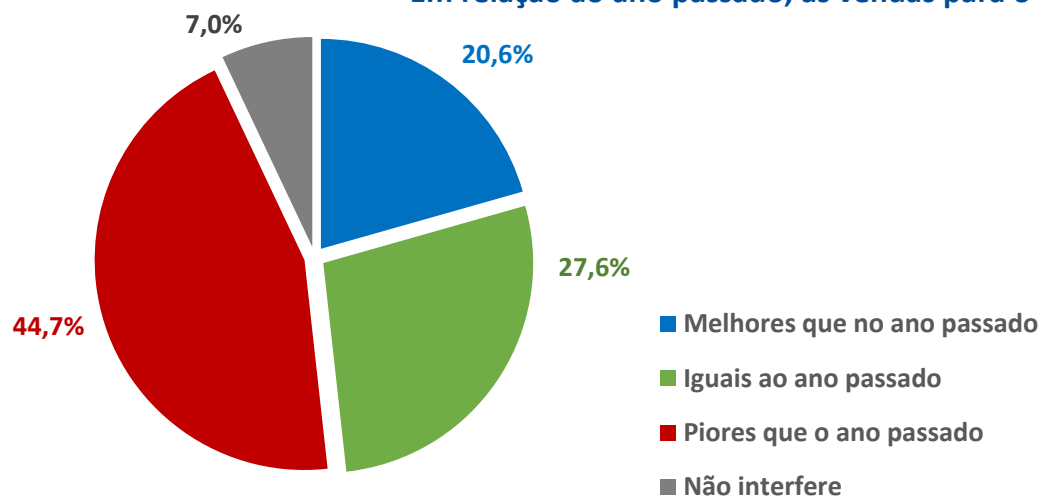
Segmento de atuação da empresa



58,9% das empresas avaliadas possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

Desempenho das vendas para a volta às aulas

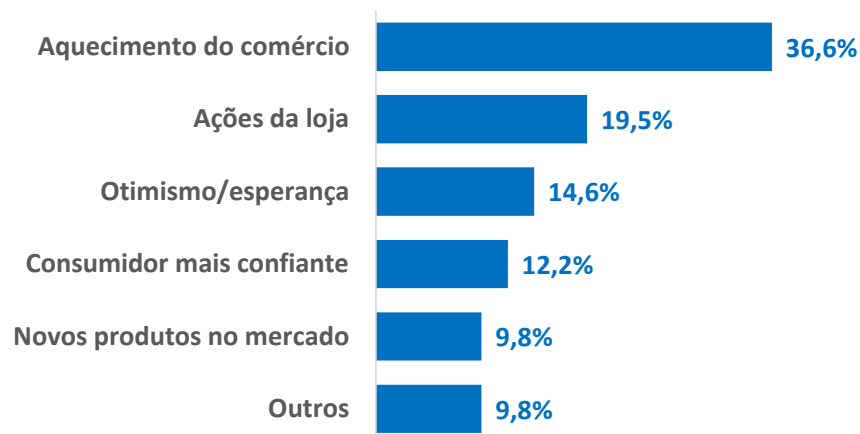
Em relação ao ano passado, as vendas para o período de volta às aulas estão sendo...



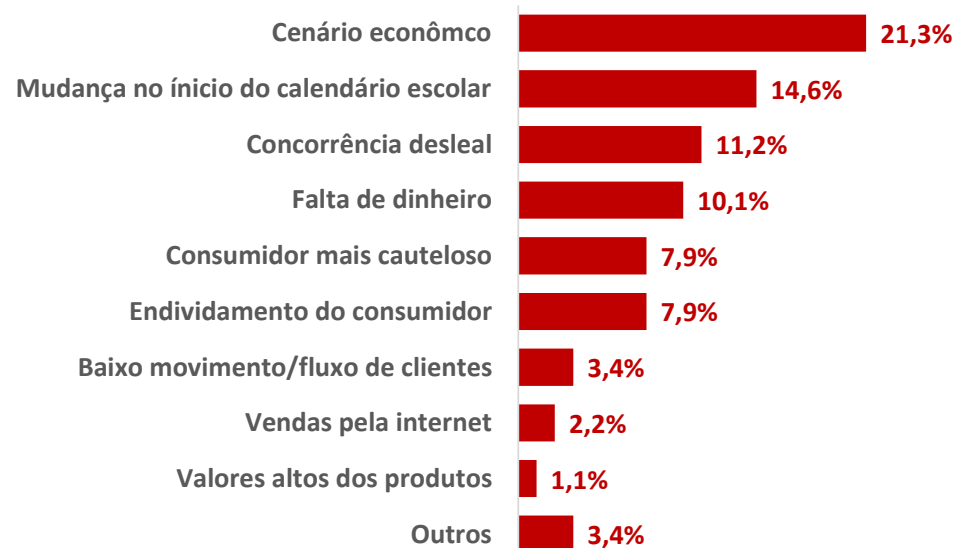
Entre os entrevistados 44,7% afirmaram que as vendas para o volta às aulas estão sendo piores que no ano passado. Os principais motivos para este resultado são a crise econômica (21,3%) e a mudança no início do calendário escolar (14,6%).

Para 20,6%, as vendas do período estão sendo melhores. Os empresários atribuem esse resultado ao aquecimento do comércio (36,6%) e às ações da loja (19,5%).

Por qual motivo serão piores? ⁽¹⁾



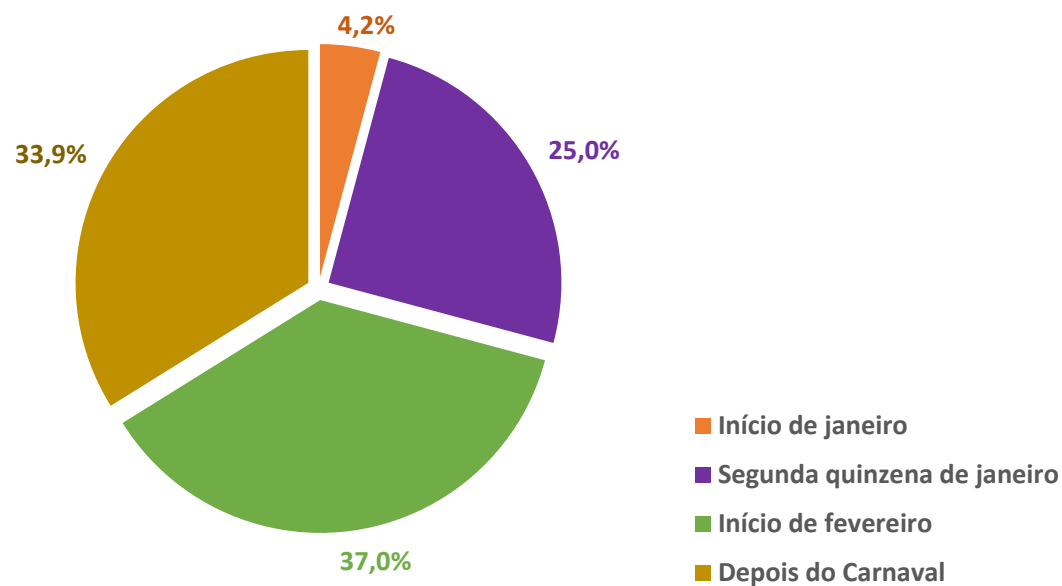
Por qual motivo serão piores? ⁽¹⁾



⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Perfil das compras

Em que momento espera maior fluxo de consumidores para as compras de volta às aulas?



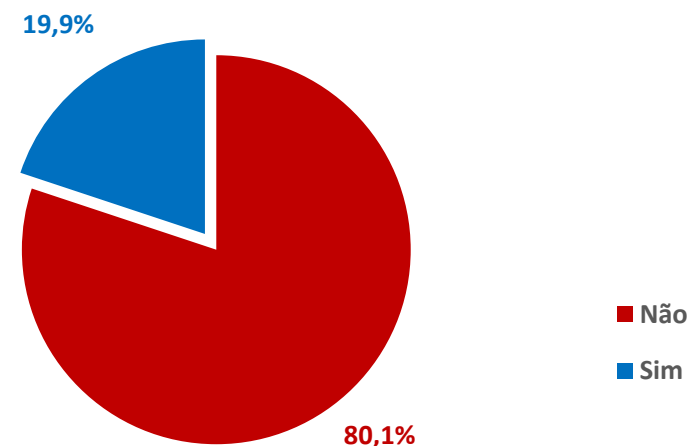
A maioria das empresas esperam por maior fluxo de clientes e de vendas no mês de fevereiro (70,9%). Ainda existe oportunidade de vendas e chances que o desempenho para o volta às aulas seja melhor que no ano passado.

Ações para o período

Quais ações a loja adotou para melhorar as vendas no período? ⁽¹⁾



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



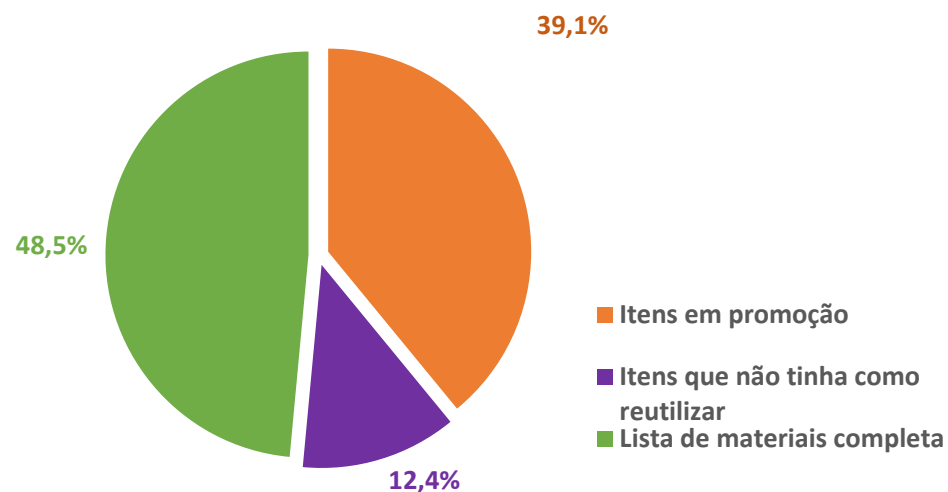
Para aquecer as vendas no período de volta às aulas, 40,4% dos empresários realizaram/realizarão ações promocionais e/ou liquidações. Os empresários também investiram em propaganda/divulgação (16,7%) e na visibilidade da loja (15,8%).

Em 19,9% das empresas dos segmentos avaliados, o quadro de funcionários para o período de vendas foi reforçado com a contratação de temporários, percentual superior ao observado na avaliação de 2017, quando 10,1% contrataram.

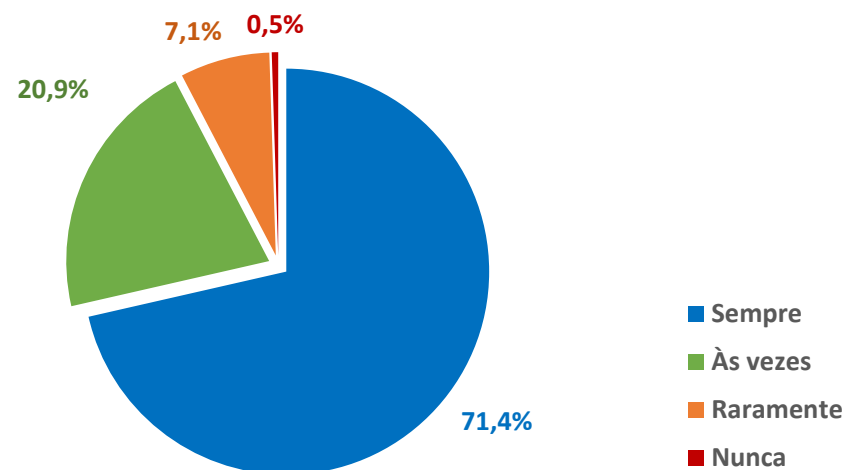
⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Perfil das compras

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



Com que frequência os consumidores realizaram pesquisa de preços?

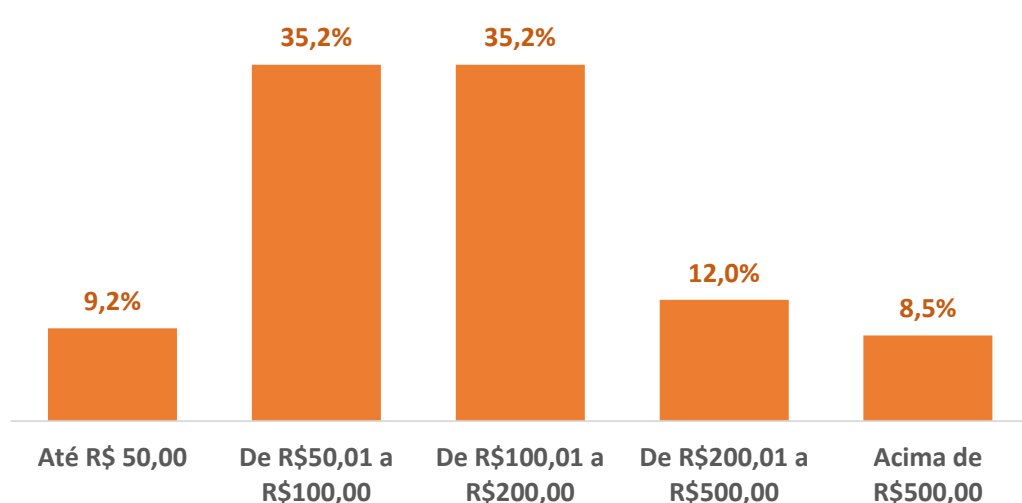


Diferentemente do ano passado, na maioria das empresas (48,5%), os consumidores optaram pela compra da lista completa de materiais. No ano passado, os itens em promoções foram o que sobressaíram na maioria das empresas. Em 39,1%, a opção foi pelos itens em promoção e para os demais (12,4%) os consumidores compraram principalmente o que não foi possível reutilizar do material do ano anterior.

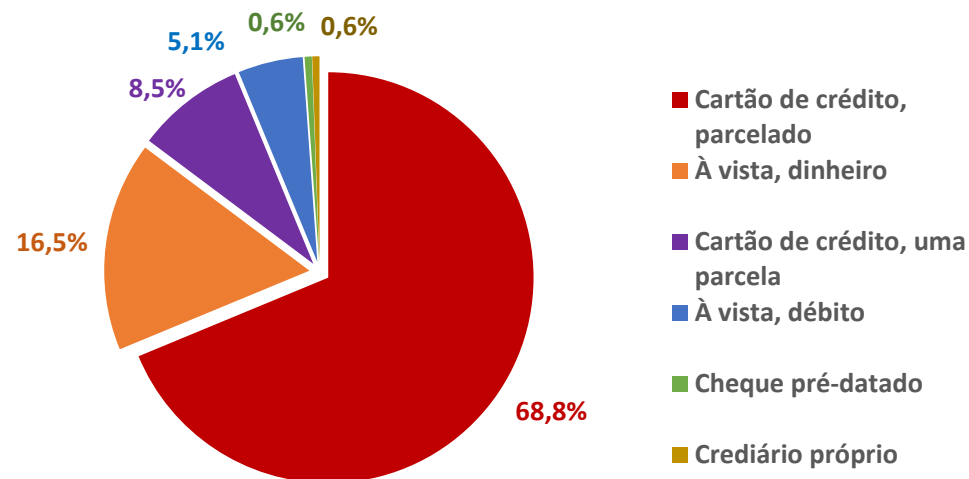
Segundo 71,4% dos empresários, para as compras do período, os consumidores sempre realizaram pesquisa de preços.

Perfil das compras

Qual foi o gasto médio, por pessoa, para as compras de volta às aulas?



Forma de pagamento que sobressaiu nas vendas do período



Em 44,4% das empresas, o gasto médio com as compras de materiais escolares não ultrapassou o valor de R\$100,00, e, para 35,2%, o ticket médio permaneceu entre R\$100,01 e R\$200,00.

O principal meio de pagamento utilizado no período foi o cartão de crédito, modalidade que se destacou em 77,3% das empresas. Em 68,8%, o principal meio de pagamento foi o cartão de crédito em mais de uma parcela.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte 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. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 22 e 23 de janeiro de 2018. Foram avaliadas 240 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 90%.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de Pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente Administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe de Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sara Angela dos Santos
Jovem Aprendiz	Lara Oliveira Lopes

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.