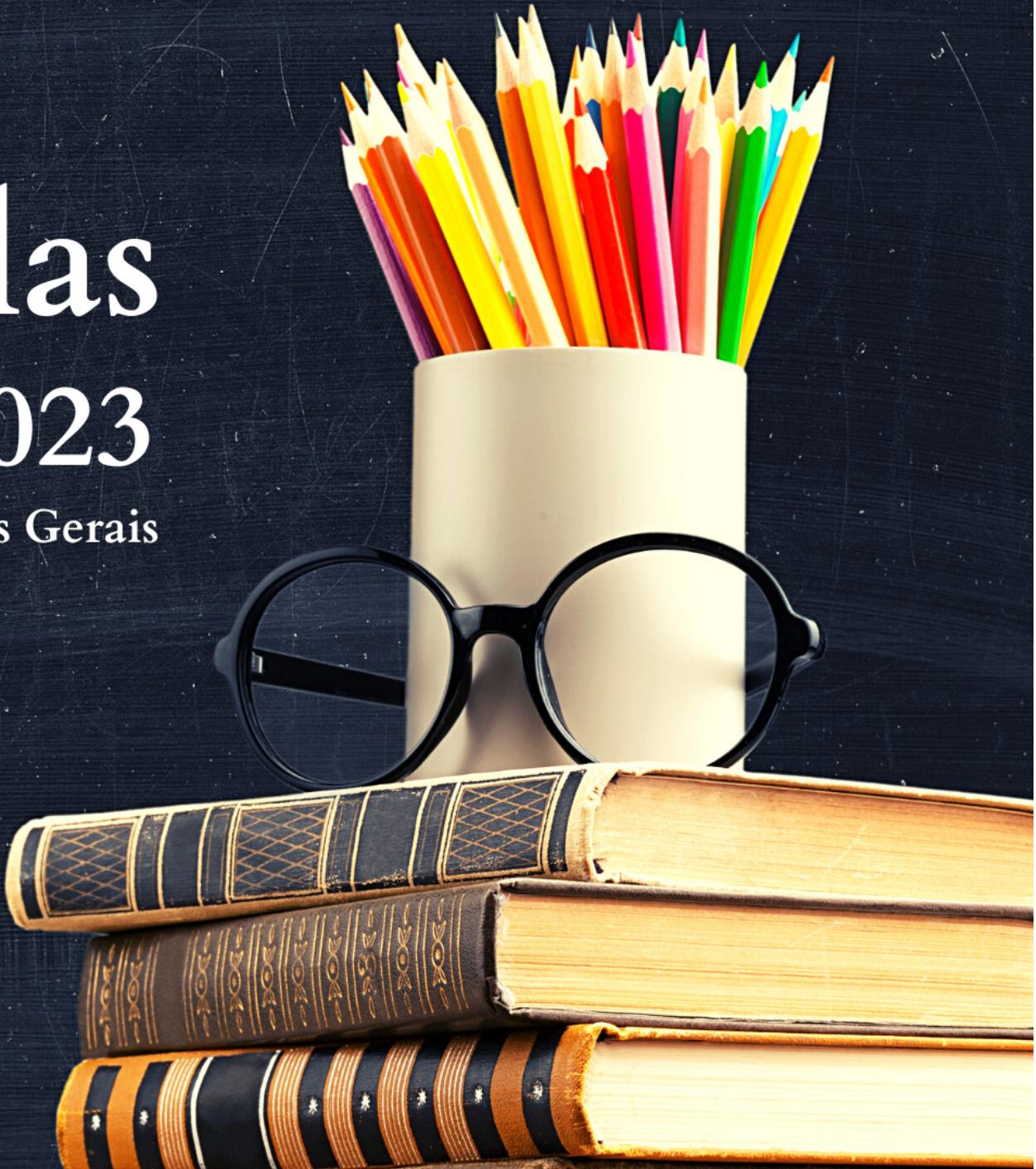


Volta às Aulas

2023

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



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 influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas.

A área de Estudos Econômicos 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.

28,2% das empresas obtiveram resultados melhores de vendas se comparado a 2022 e 45,4% disseram que o maior fluxo de consumidores ocorreu no mês de fevereiro.

As vendas para o volta às aulas foram melhores para 28,2% das empresas do comércio. Para tal resultado, fatores como abrandamento da pandemia e aquecimento do comércio, foram apontados por 45,5% e 30,4%. O período com maior fluxo de consumidores foi o início de fevereiro, de acordo com maior parte dos empresários (45,4%).

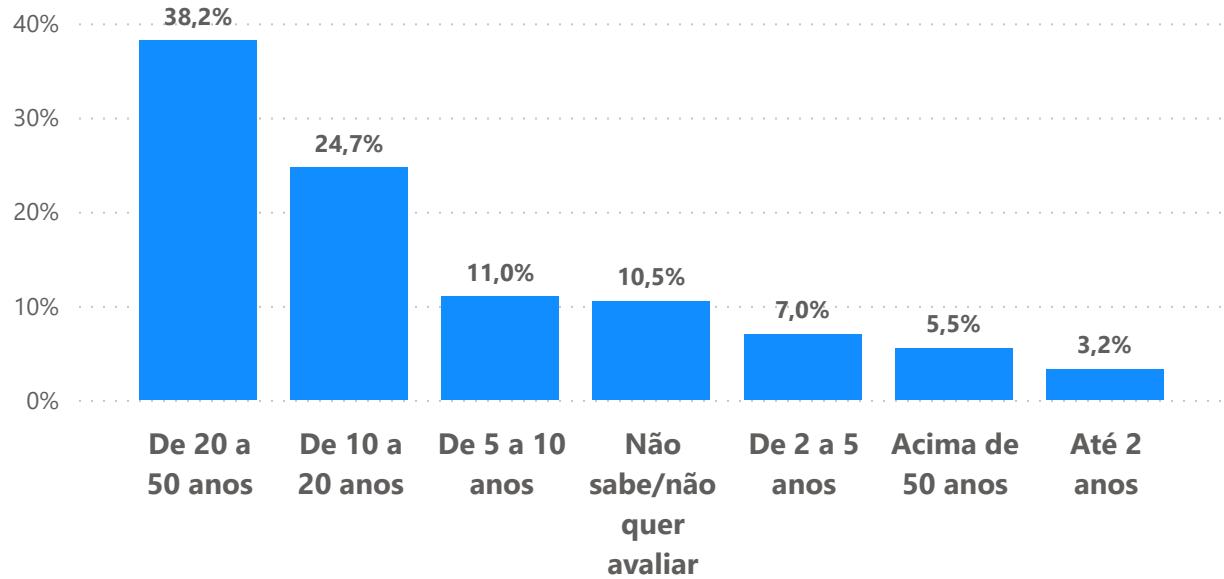
Como forma de atrair os clientes e alavancar as vendas, muitas empresas investiram em divulgação (33,8%) e realizaram promoções e/ou liquidações de artigos que compõem a lista escolar (30,4%).

As vendas nesse ano se basearam, para 41,1% das empresas, na lista completa de materiais. Em 63,8% das lojas, o consumidor costuma realizar a pesquisa de preços sempre.

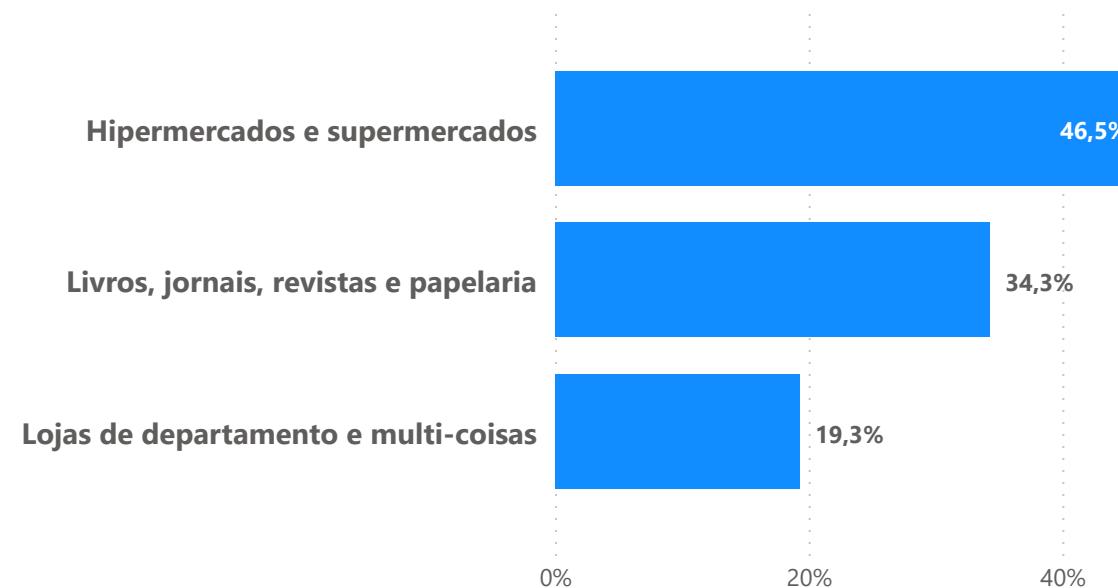
O valor médio gasto, por pessoa, variou de R\$100,00 a R\$300,00 em 55,6% das unidades avaliadas. Além disso, o meio de pagamento mais utilizado pelos consumidores foi o cartão de crédito parcelado, seguido do cartão de crédito à vista.

Perfil das empresas

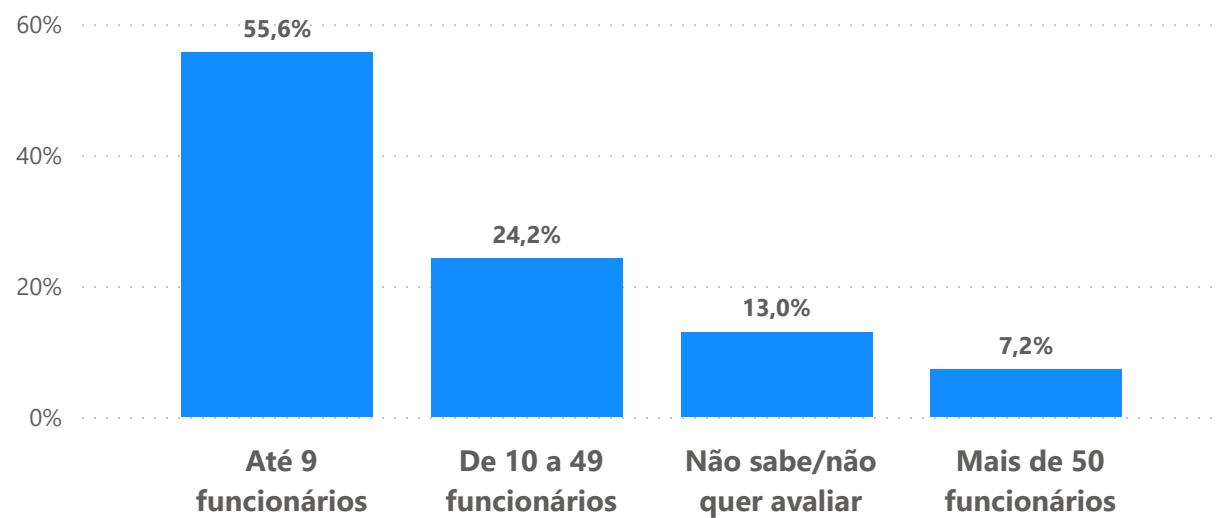
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento de atuação

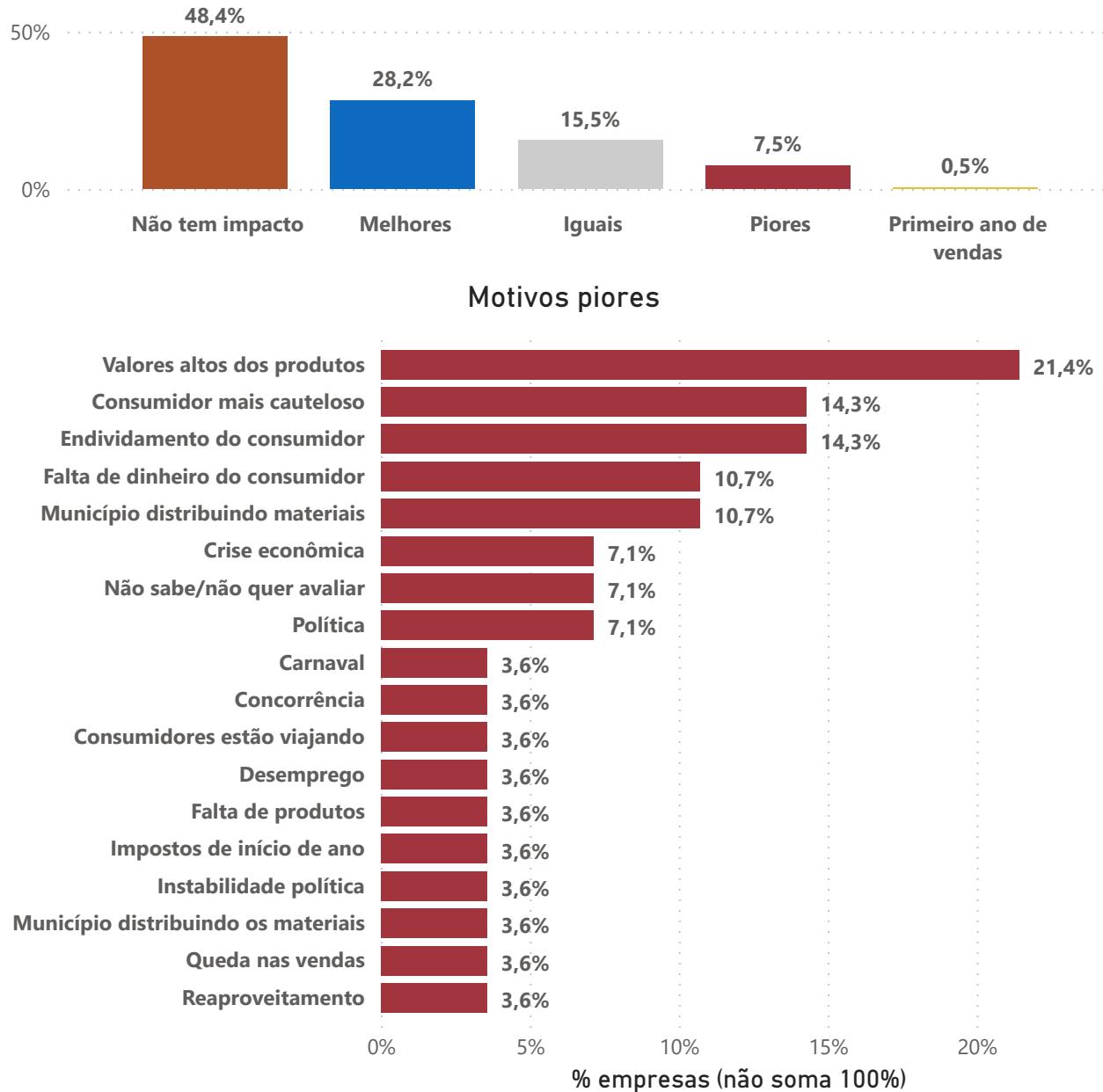


Quantos funcionários tem a sua empresa?

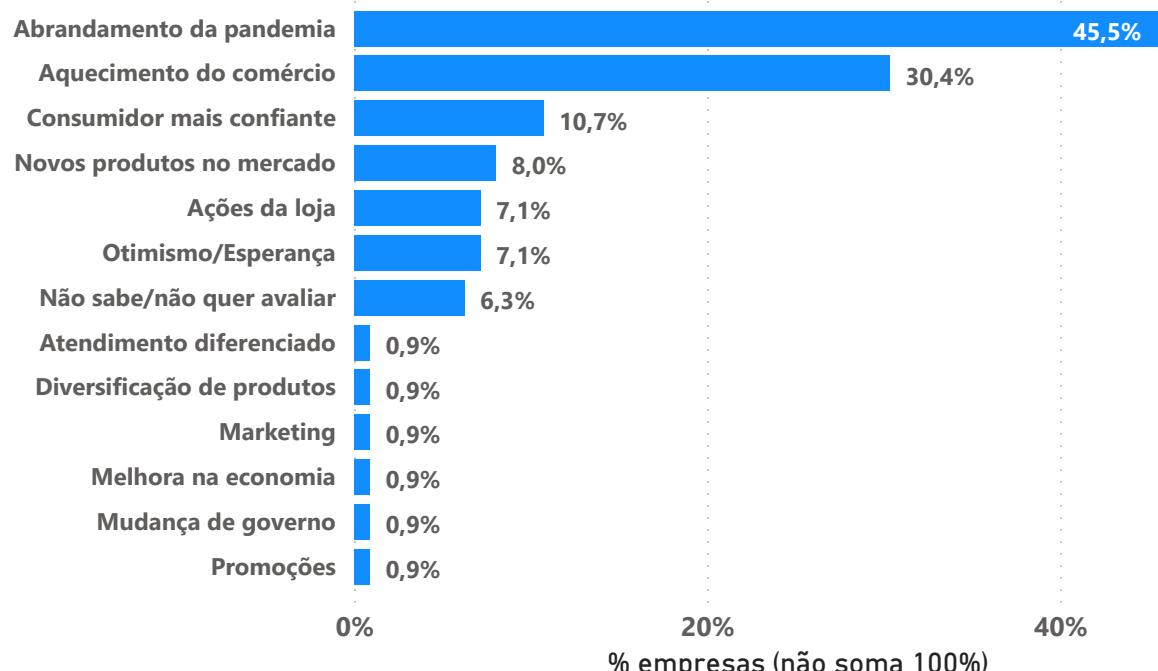


Desempenho das vendas

As vendas para volta às aulas, em relação a 2022, estão sendo:



Motivos melhores

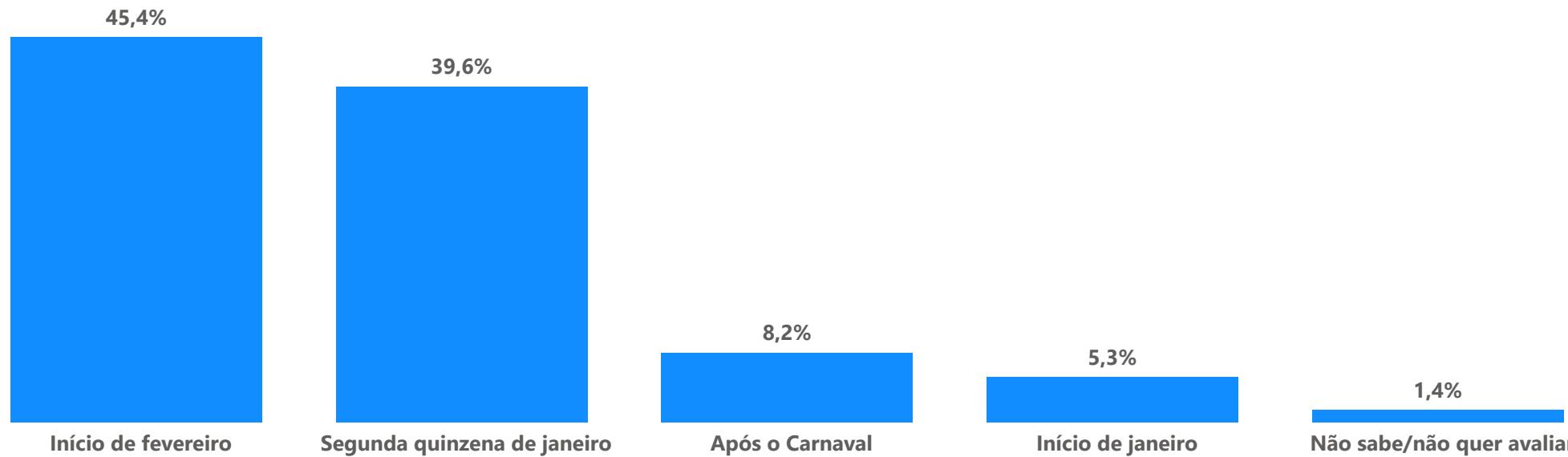


28,2% das empresas afirmaram que as vendas para o volta às aulas estão sendo melhores que no ano passado, resultado mais animador que no ano anterior (18,3%). Os principais motivos para esse resultado são abrandamento da pandemia, aquecimento do comércio, consumid...

Apenas para 7,5% os resultados foram ruins esse ano, enquanto que no ano passado esse percentual chegou a 44,3% do Comércio Varejista. Os empresários atribuem tais resultados aos preços altos dos produtos principalmente.

Perfil de compras

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



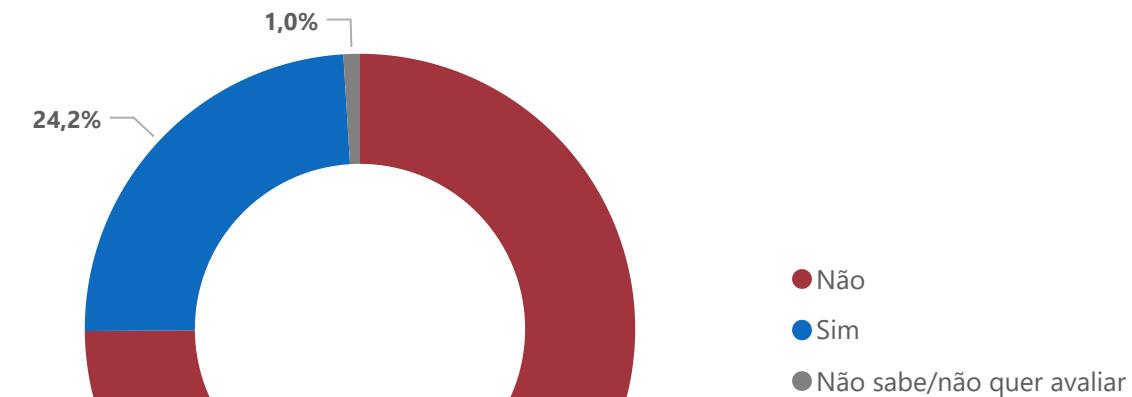
A maioria das empresas esperam por maior fluxo de clientes e de vendas no início do mês de fevereiro (45,4%).

Ações para o período

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?

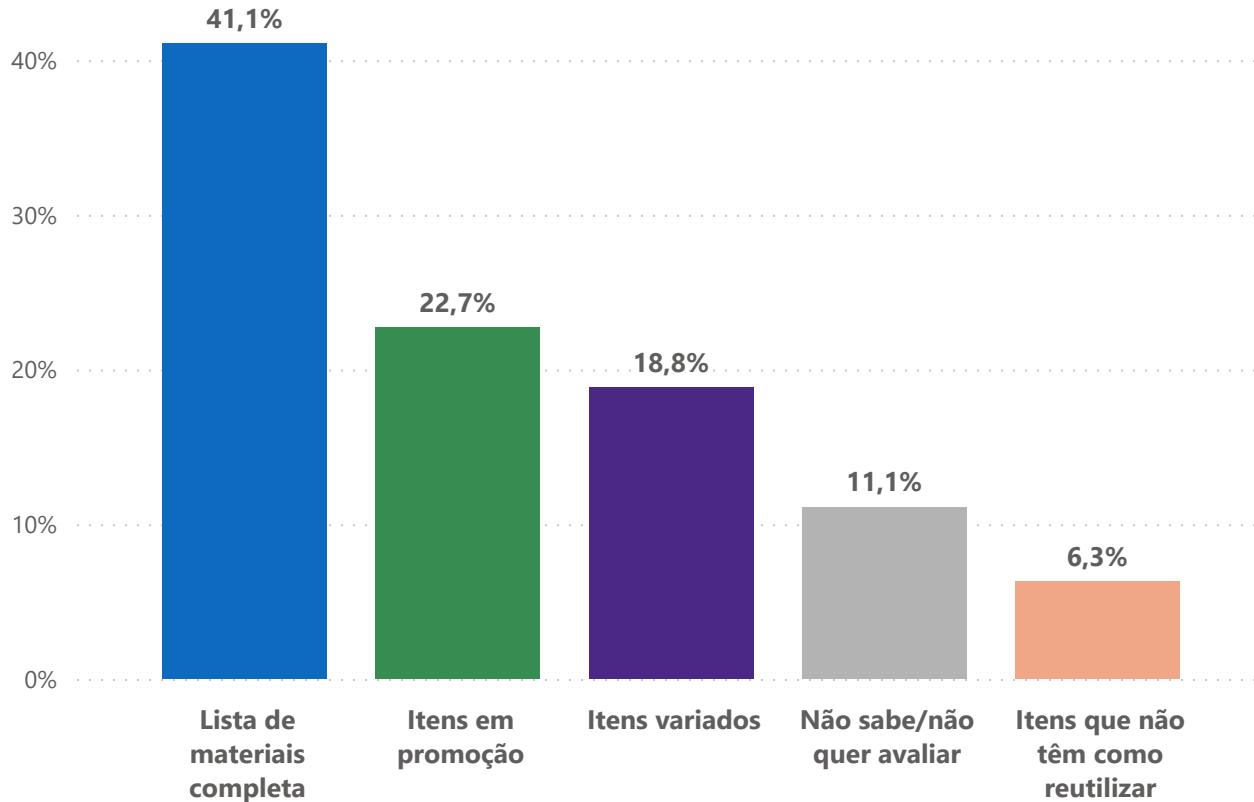


Para aquecer as vendas no período de volta às aulas, 39,1% dos empresários realizaram/realizarão ações promocionais e/ou liquidações. Os empresários também investiram em propaganda/divulgação (22,5%) e diversificação do mix de produtos (13,3%).

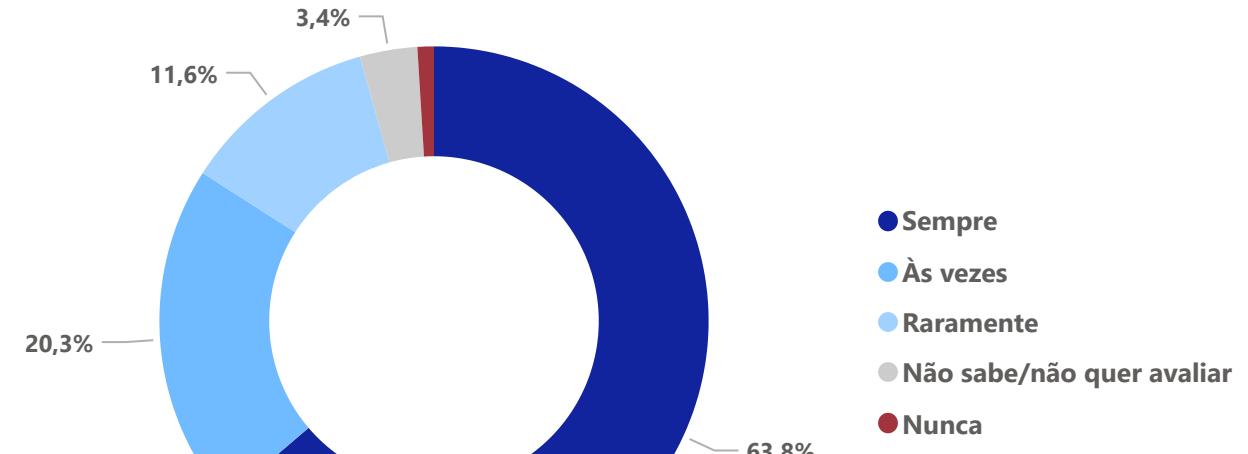
Em 24,2% das empresas dos segmentos avaliados, o quadro de funcionários para o período foi reforçado com a contratação de temporários, percentual semelhante ao observado no ano anterior, quando 20,1% contrataram.

Perfil de compras

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

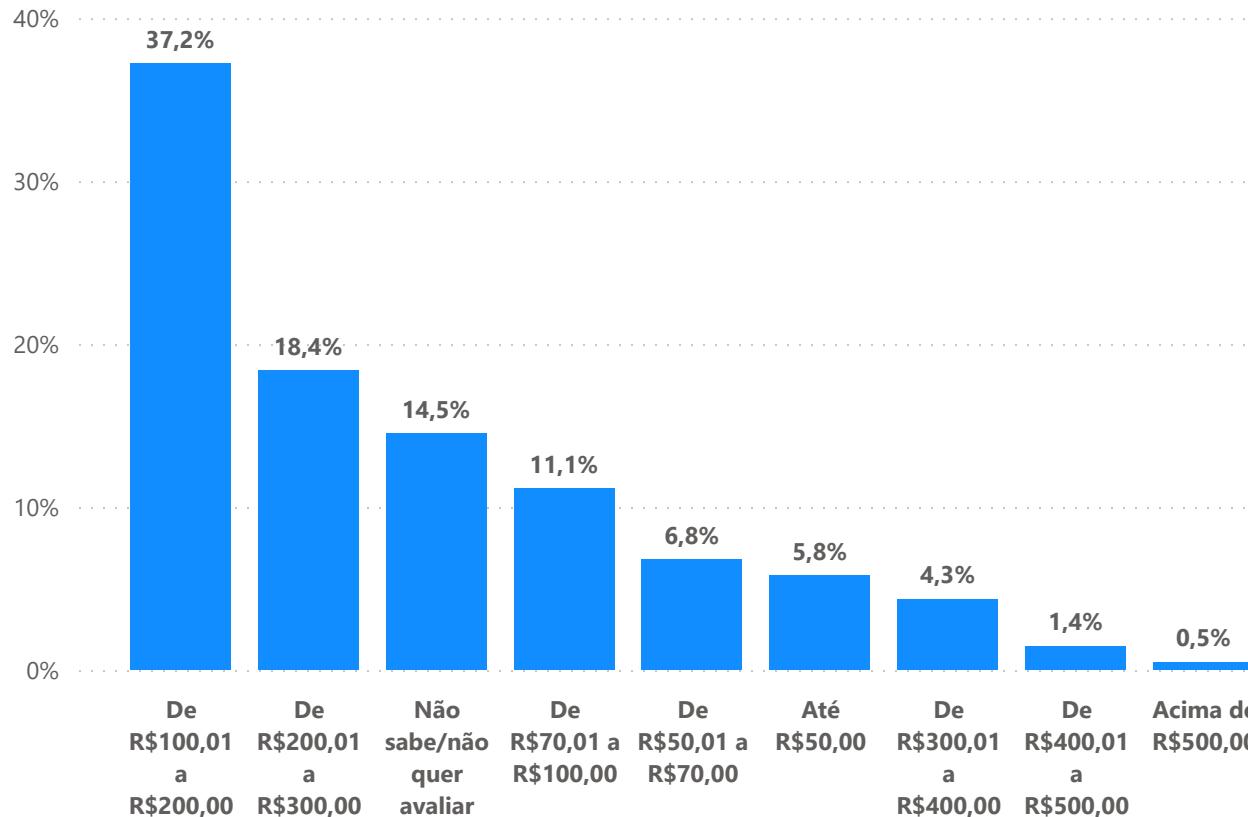


Com que frequência os consumidores realizam pesquisa de preços?

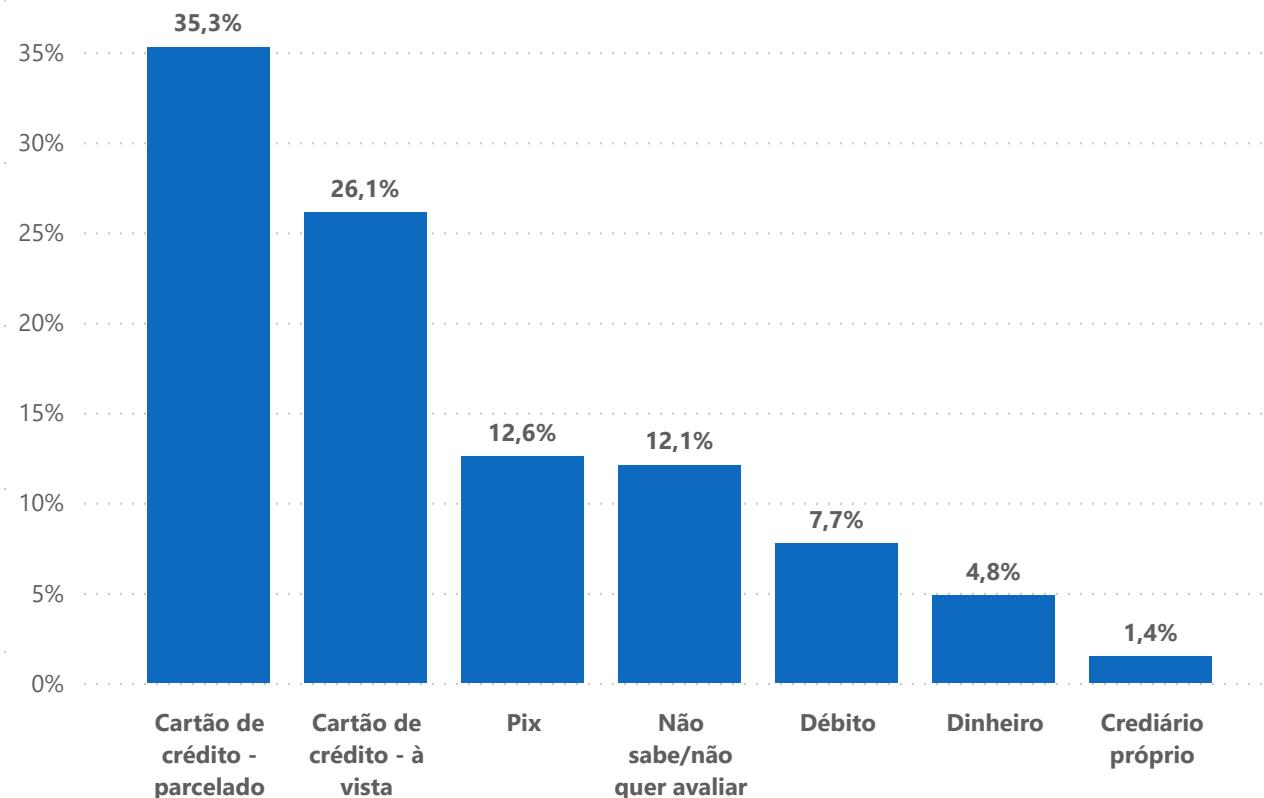


Perfil de compras

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



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



Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada 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 30 de janeiro e 08 de fevereiro de 2023. Foram avaliadas 401 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 de Inteligência & Pesquisa

Responsável: Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

Núcleo de Mercado e consumo

Responsável: Marcelo de Oliveira Nunes da Silveira

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



Sistema Comércio

Olhar Econômico

As empresas pesquisadas são de pequeno porte (até 9 funcionários) consolidadas no mercado e em sua maioria foram entrevistados os Hipermercados e supermercados, seguimento que ampliou a sua fatia de mercado com a oferta de produtos escolares e de papelaria.

No período atual, houve um acréscimo nas vendas de 28,2%, devido principalmente ao abrandamento da Pandemia e retomada das vendas presenciais no comércio. Os consumidores já estão sentindo os efeitos da inflação sobre a sua cesta de consumo escolar, assim como estão mais cautelosos devido ao alto nível de endividamento das famílias.

Conscientes da importância do marketing digital, os comerciantes utilizaram desta ferramenta para estimular as suas vendas, empregando em conjunto com a tradicional liquidação/promoção.

Os consumidores munidos da lista de matérias escolares optam por comprar a sua grande maioria na mesma loja. Porém, apenas realizam as compras depois de fazerem o levantamento prévio dos preços em outros estabelecimentos. O gasto médio por consumidor varia em sua maior parte (55,6%) entre R\$100,00 e R\$300,00.

Devido ao alto endividamento e as contas de início de ano (IPTU e IPVA) os consumidores utilizam do cartão de crédito parcelado para amortecer esta despesa ao decorrer dos meses.