

Expectativa de Volta às Aulas 2025



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.

24,5% das empresas obtiveram resultados melhores de vendas se comparado a 2024 e 44,6% disseram que o maior fluxo de consumidores deve ocorrer na segunda semana de janeiro, enquanto 40,4% devem ter maior fluxo no início de fevereiro.

As vendas para o volta às aulas estão sendo melhores para 24,5% das empresas do comércio. Para tal resultado, fatores como o aquecimento do comércio, otimismo/esperança e ações da loja, foram apontados por 43,1%, 33,3% e 23,5%, respectivamente. O período com maior fluxo de consumidores deve ser na segunda semana de janeiro, de acordo com maior parte dos empresários (44,6%).

Como forma de atrair os clientes e alavancar as vendas, muitas empresas investiram em propaganda/divulgação (40,8%) e promoções/liquidações (34,8%) de artigos que compõem a lista escolar.

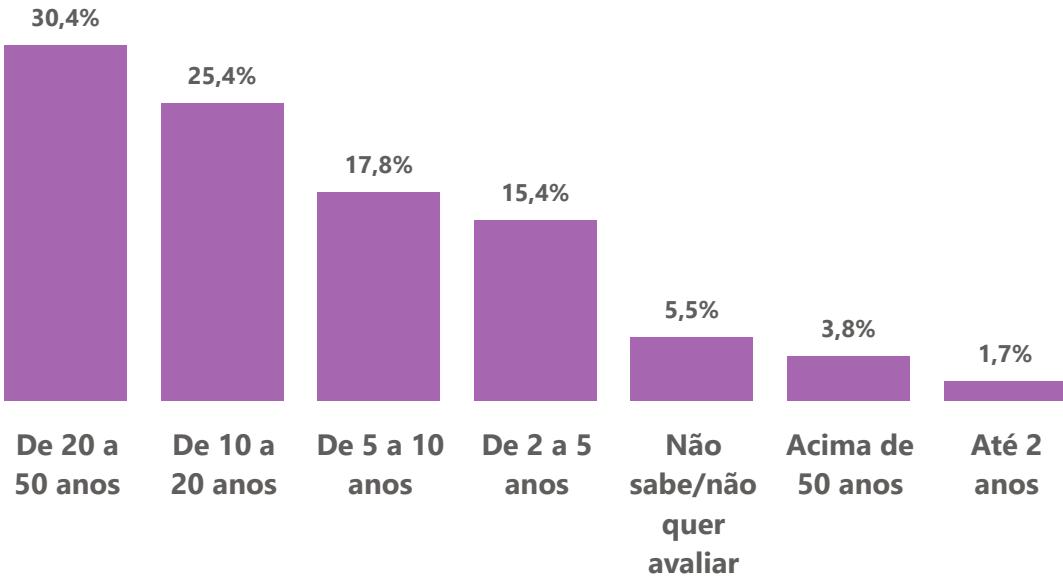
As vendas nesse ano se baseiam, para 36,6% das empresas, em itens variados. Para 57,5% das lojas, o consumidor costuma realizar a pesquisa de preços sempre.

O valor médio gasto, por pessoa, deve variar de R\$100,00 a R\$300,00 em 47,4% das unidades avaliadas. Além disso, o meio de pagamento mais utilizado pelos consumidores foi o cartão de crédito parcelado (54,0%), seguido do pix (16,4%).

Perfil das empresas

2025

Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento de atuação

Livros, jornais, revistas e papelaria



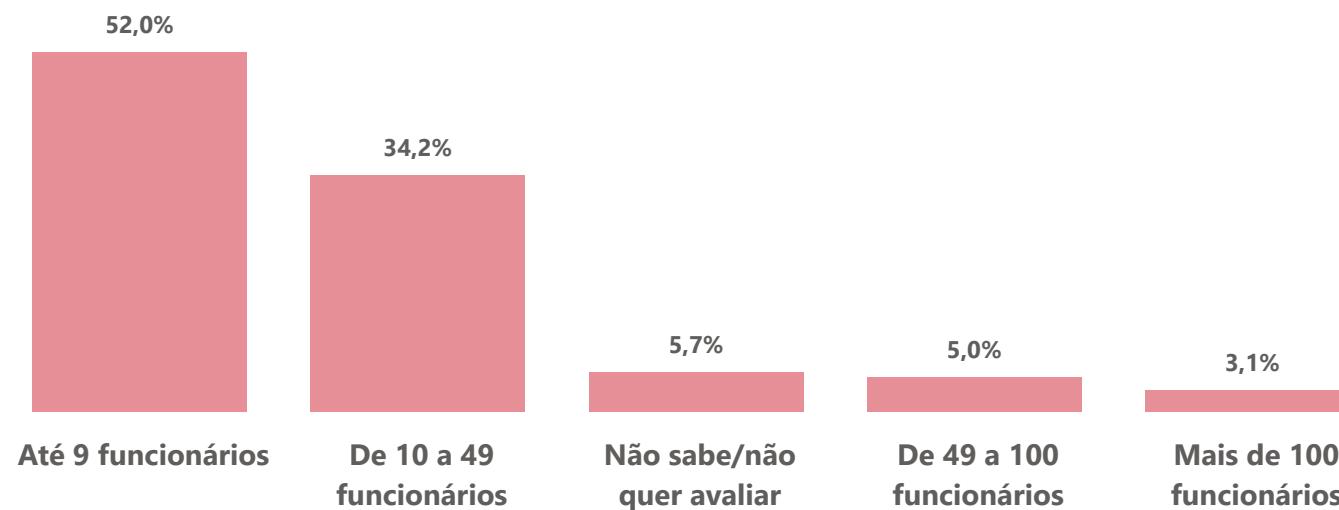
Hipermercados e supermercados



Lojas de departamento e multi-coisas



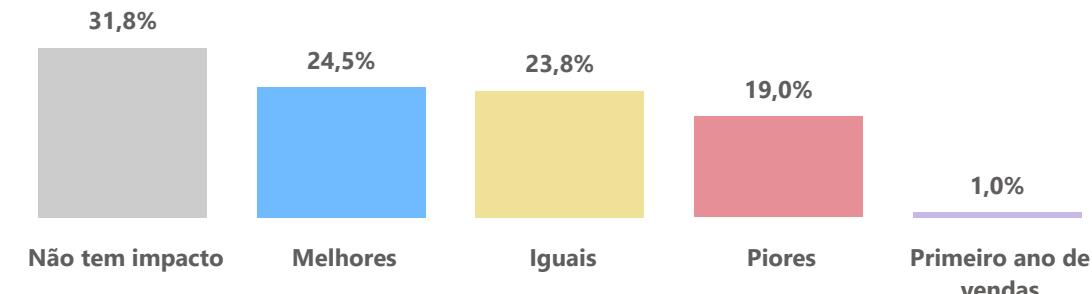
Quantos funcionários tem a sua empresa?



Desempenho das vendas

2025

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

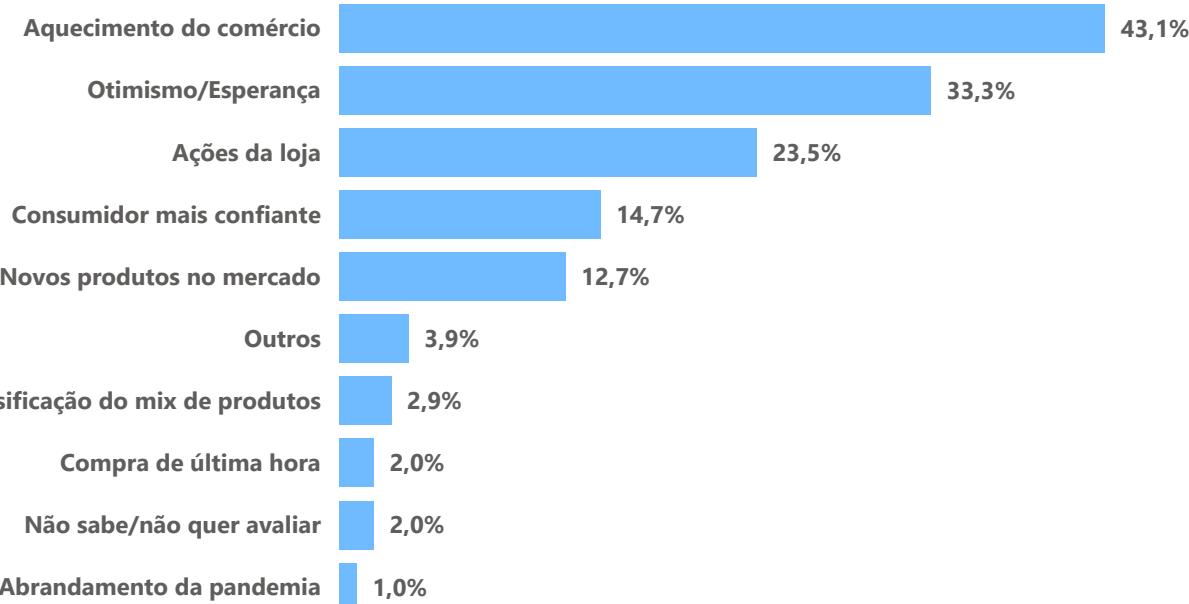


Motivos piores



% empresas (não soma 100%)

Motivos melhores

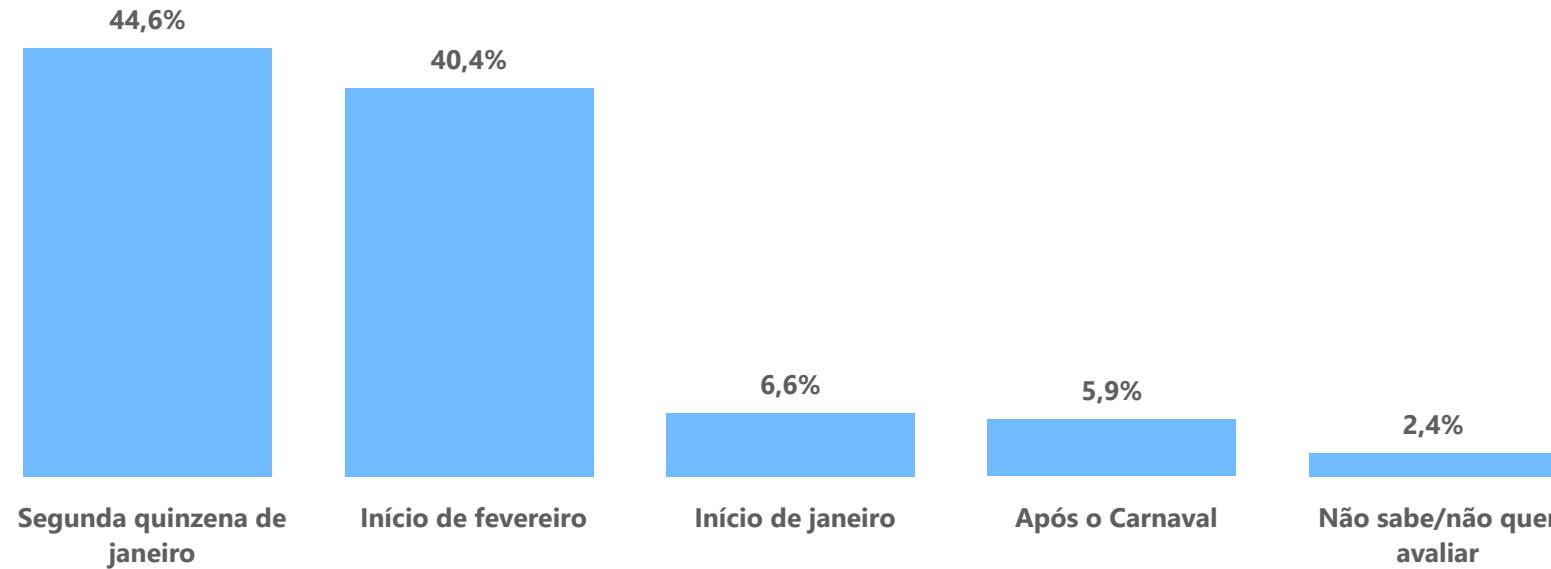


% empresas (não soma 100%)

24,5% 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 (43,1%), otimismo/esperança (33,3%) e ações da loja (23,5%). Outros motivos apontados foram: bom atendimento, falta de repasse de materiais da rede pública, lojas concorrentes fecharam e mais.

Para 19,0% dos empresários entrevistados, os resultados deste ano foram piores se comparados com 2024. Os empresários atribuem tais resultados a uma possível crise econômica (31,6%) e a preço alto dos produtos (17,7%). Outros motivos apontados: baixo fluxo de vendas, clima/tempo, falta de investimento e mais.

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



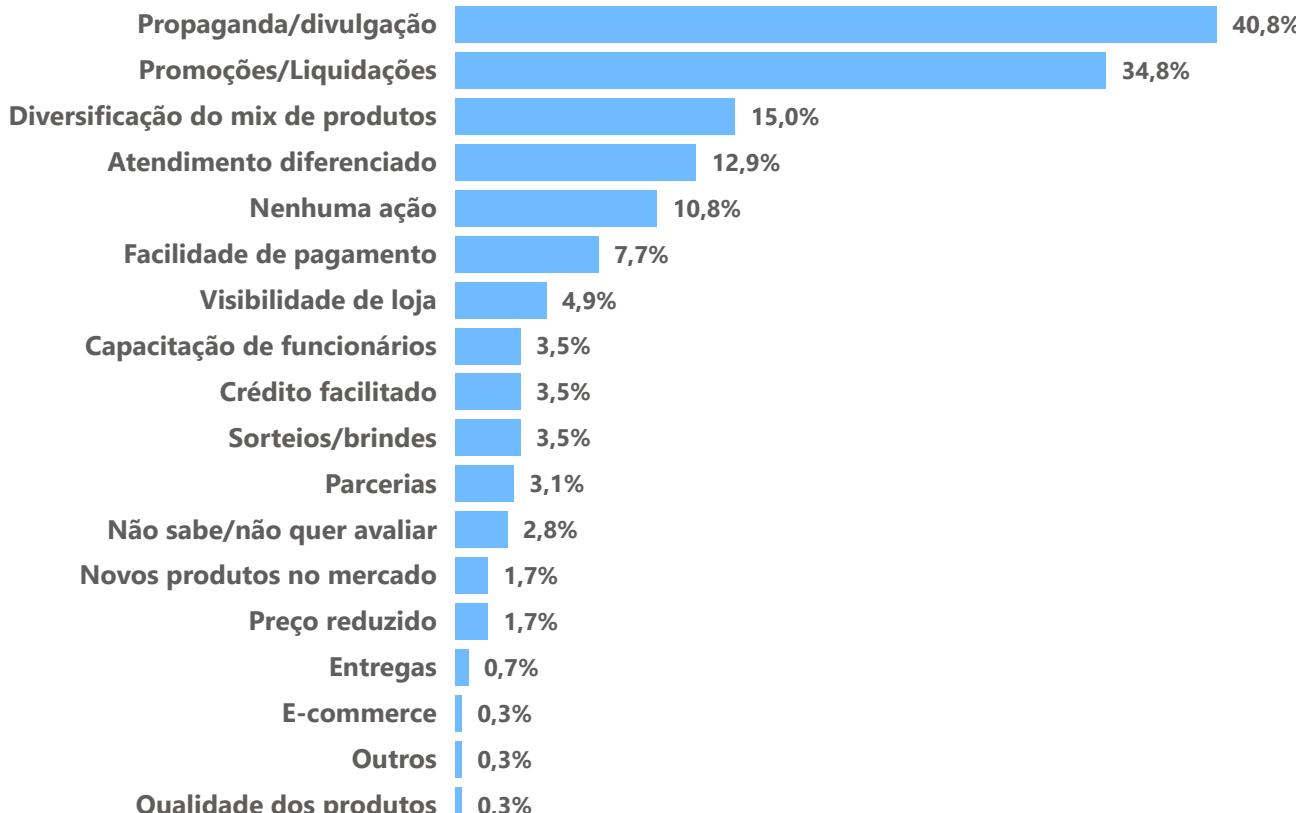
Grande parte das empresas (44,6%) esperam por maior fluxo de clientes e de vendas na segunda quinzena do mês de janeiro e 40,4% têm essa expectativa para o início de fevereiro.

Ações para o período

2025



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



% empresas (não soma 100%)

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



- Não
- Sim
- Não sabe/não quer avaliar

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 23,3% das empresas das empresas avaliadas, o quadro de funcionários para o período foi reforçado com a contratação de temporários, percentual semelhante ao observado no ano anterior, quando 22,5%.

Perfil de compras

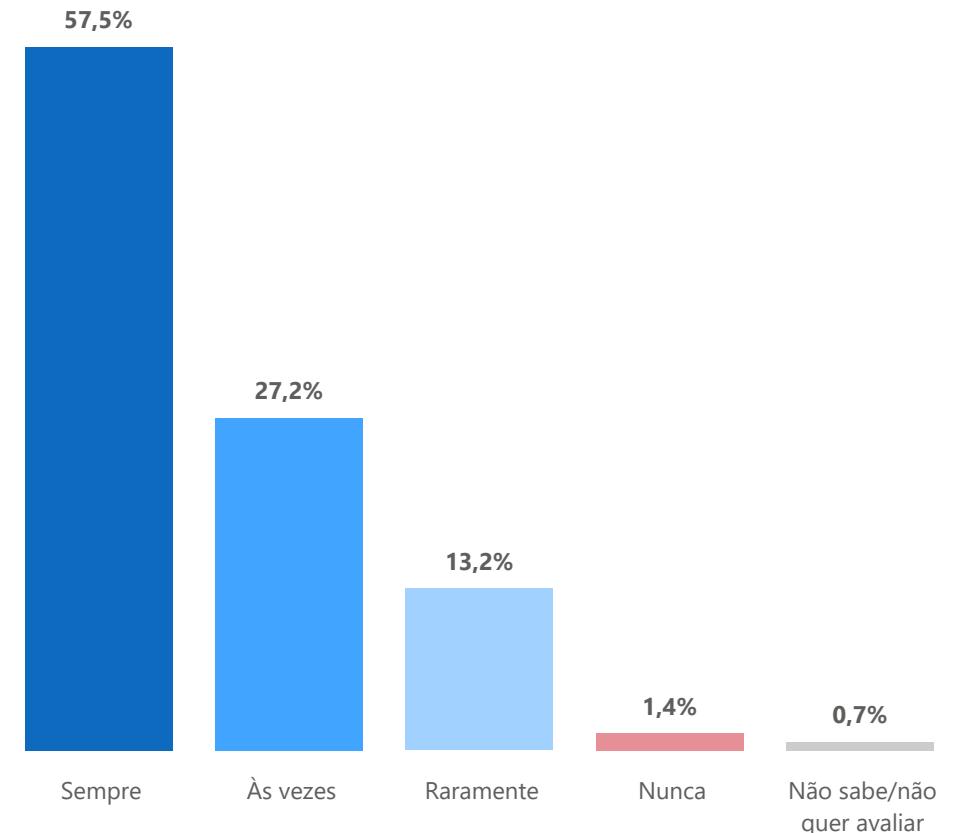
2025



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



Com que frequência os consumidores realizam pesquisa de preços?



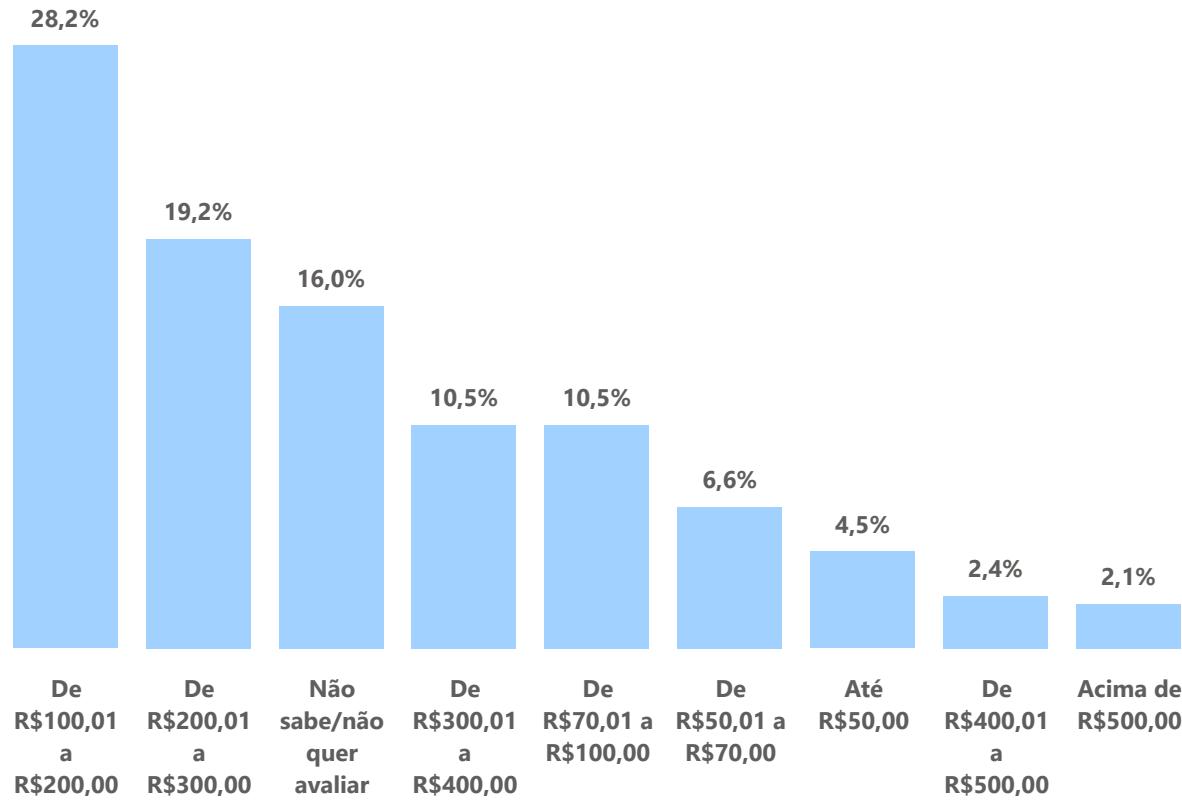
Na opinião da maior parte dos empresários (36,6%), os consumidores optarão por compra de itens variados. Para 28,6%, a opção será por lista de materiais completa e 24,0% acreditam que os consumidores optarão por itens em promoção.

Segundo 57,5% dos empresários, para as compras do período, os consumidores terão feito sempre pesquisa de preços durante o período.

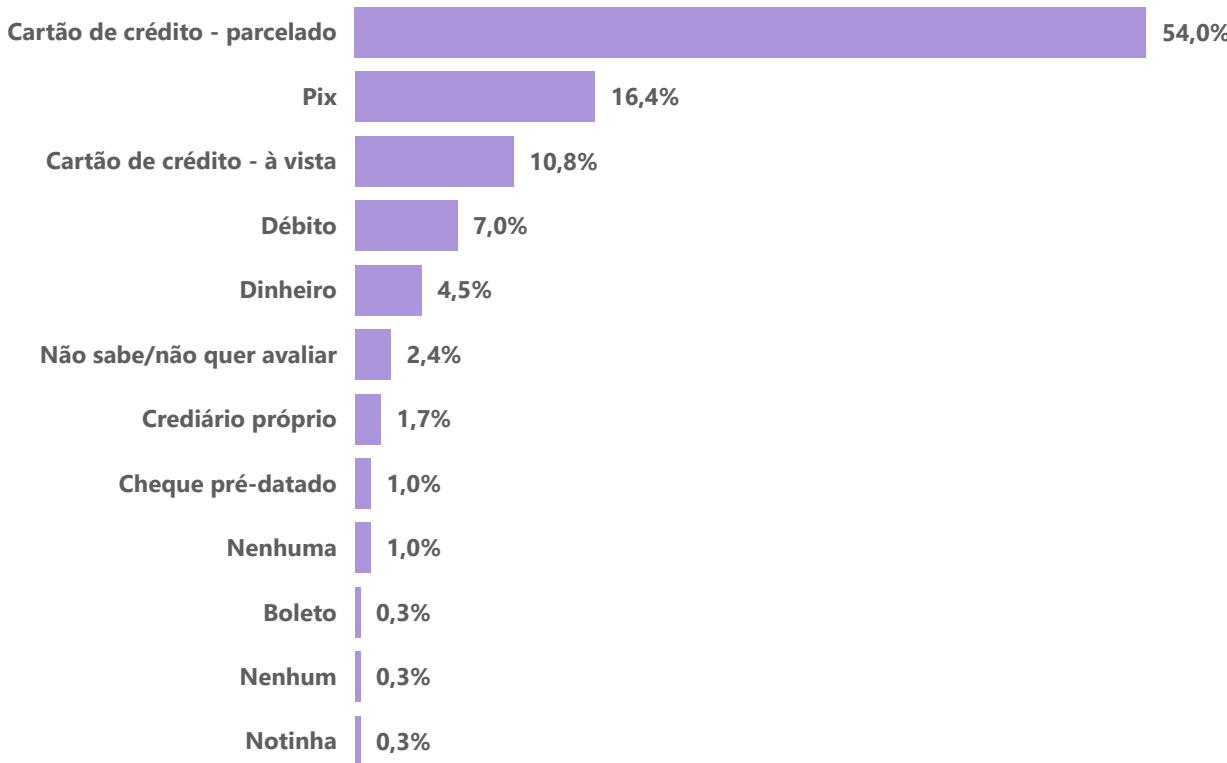
Perfil de compras

2025

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 47,4% 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 54,0% 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 10 e 21 de janeiro de 2025 . Foram avaliadas 425 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

Coordenadora de Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Polyane Pereira Casagrande

Menores aprendizes: Arthur Jonathan Ramos Leandro e Douglas Fagundes Damasceno

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