

Dispêndio com Material Escolar

Janeiro de 2022

A Fundação IPEAD/UFMG divulga, pelo sétimo ano consecutivo, os resultados da pesquisa sobre o **Dispêndio com Material Escolar**, que é aplicada juntamente com o Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte – ICC BH e tem o objetivo de avaliar o percentual de consumidores da capital mineira que apresentarão esse gasto específico e quais estratégias pretendem utilizar para comprar melhor. Essa pesquisa é realizada uma vez ao ano, no mês de janeiro, com os 210 consumidores que respondem a pesquisa do ICC BH, seguindo o mesmo dimensionamento amostral e recortes por sexo e renda familiar.

O conhecimento sobre as principais estratégias que os consumidores irão adotar para reduzir o custo com a compra da lista de material escolar e a principal forma de pagamento a ser adotada, permite ao empresário do comércio varejista mineiro desse setor especial conhecer com antecedência as opiniões e as expectativas dos consumidores e, conseqüentemente, planejar melhor o seu negócio em termos de estoques, contratações, investimentos, dentre outros.

Este relatório apresenta como serão os gastos com material escolar em 2022 e compara esses resultados com os obtidos na mesma pesquisa aplicada no mês de janeiro dos anos de 2016 a 2021.

Como resultado, observa-se pelo Gráfico 1 que apenas 30,48% dos entrevistados informaram que terão gastos com material escolar em 2022, enquanto em 2021 esse percentual foi 26,70%, sendo estes inferiores a todos os outros anos pesquisados, um reflexo direto de alterações no regime das aulas presenciais devido à pandemia do Covid-19. Dentre os entrevistados que anunciaram ter gastos com material escolar em 2022, observou-se que a maioria (85,94%) pretende adotar alguma estratégia para economizar na hora da compra, assim como observado nos anos anteriores. As estratégias mais citadas para economizar em 2022 foram: “*Reutilizar material escolar do ano anterior*” (62,50%) e “*Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos*” (59,38%), mantendo, praticamente, os mesmos patamares apurados em 2021. No ano de 2022, verificou-se ainda que os consumidores estão mais propensos a realizarem compras em conjunto com outros pais para negociar descontos, aumentando de 1,79% em 2021 para 12,50% em 2022.

Gráfico 1: Belo Horizonte, Consumidores que tiveram / terão gastos com material escolar



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

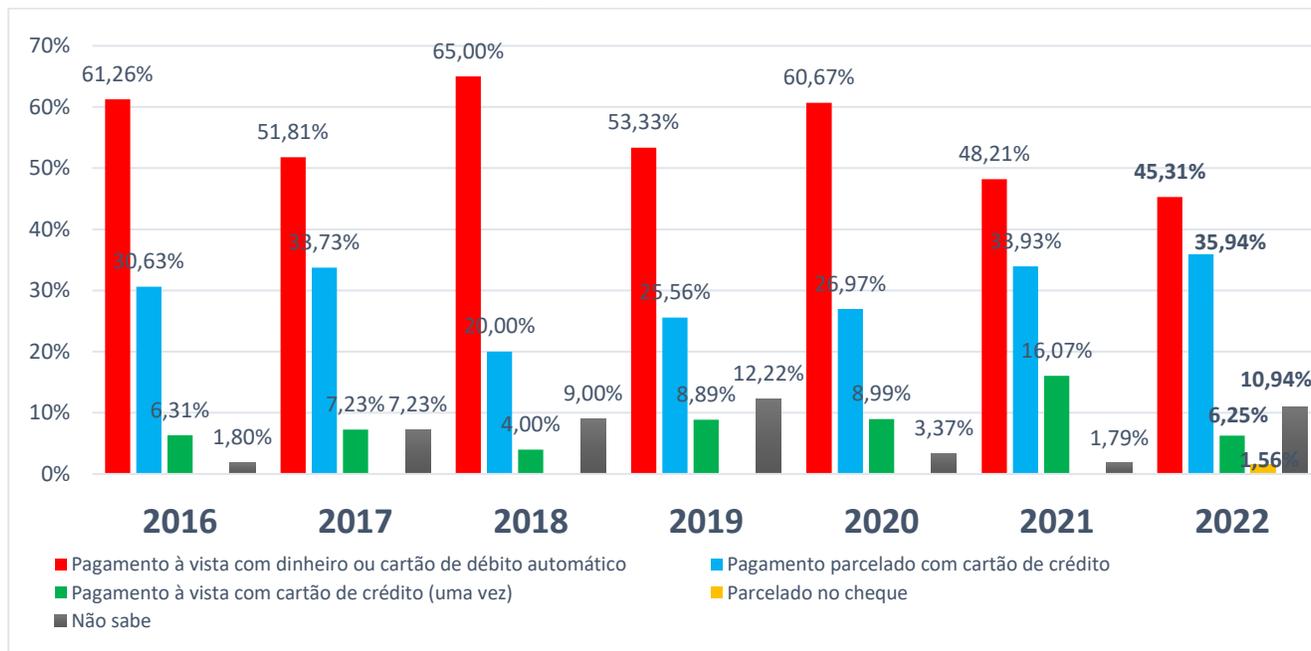
Tabela 1: Belo Horizonte, Medidas de redução de gastos que os consumidores pretendem adotar

ESTRATÉGIAS PARA ECONOMIZAR (SIM - %)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Variação (%) 2022 / 2021	Ranking 2022
Reutilizar material escolar do ano anterior (mochila, estojo, lapiseira, canetinhas, apontador, etc)	82,83	82,50	86,25	71,11	70,79	42,86	62,50	45,82	1º
Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos	87,88	96,25	100,00	77,78	79,78	41,07	59,38	44,57	2º
Adotar a substituição de marcas nos produtos novos que serão adquiridos	69,70	77,50	80,00	60,00	58,43	37,50	51,56	37,50	3º
Buscar apostilas e livros didáticos usados	63,64	68,75	73,75	53,33	46,07	16,07	45,31	181,97	4º
Ir às compras com antecedência	38,38	63,75	67,50	62,22	35,96	21,43	23,44	9,37	5º
Realizar compras pela internet	30,30	36,25	48,75	46,67	31,46	16,07	21,88	36,12	6º
Realizar compras em conjunto com outros pais para negociar descontos	18,18	26,25	38,75	15,56	8,99	1,79	12,50	598,32	7º

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Nota-se ainda, pelo Gráfico 2 que, em todas as pesquisas realizadas, a maioria dos entrevistados informou que efetuará o pagamento das compras de material escolar à vista, com dinheiro ou cartão de débito automático. Em 2022, destaca-se nova redução na pretensão de pagar à vista, reduzindo de 48,21% em 2021 para 45,31% em 2022, atingido o menor patamar em toda a série histórica da pesquisa. Também destaca-se em 2022 a nova alta na pretensão de pagar parcelado com cartão de crédito, subindo de 33,93% em 2021 para 35,94% em 2022, atingido o maior patamar em toda a série histórica da pesquisa

Gráfico 2: Belo Horizonte, Principal forma de pagamento a ser utilizada pelos consumidores nas compras do material escolar



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.