

Dispêndio com Material Escolar

Janeiro de 2020

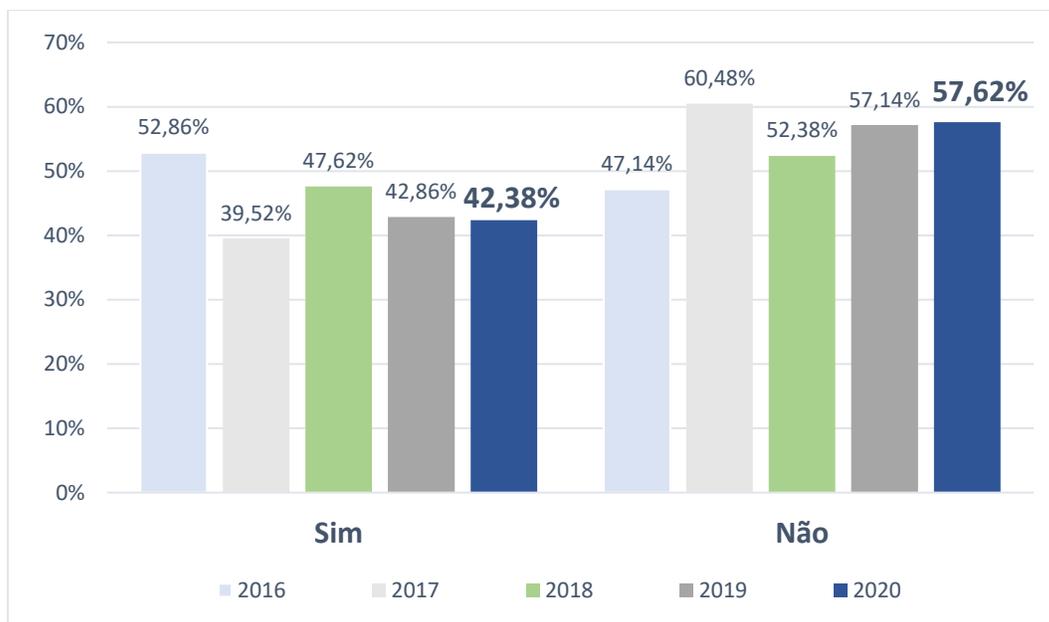
Pelo quinto ano consecutivo, a Fundação IPEAD/UFMG divulga os resultados da pesquisa sobre o **Dispêndio com Material Escolar**, desenvolvida pelo próprio instituto. Essa pesquisa é aplicada juntamente com o Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte – ICC BH e tem o objetivo de avaliar o percentual de consumidores da capital mineira que apresentarão esse gasto específico e quais estratégias pretendem utilizar para economizar no valor final da compra. 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 avaliar com antecedência as opiniões e as expectativas dos consumidores e ter uma percepção prévia do mercado com o objetivo de planejar melhor o seu negócio em termos de estoques, contratações, investimentos, dentre outros.

Este relatório apresenta como serão os gastos com material escolar esse ano e compara esses resultados com os obtidos na mesma pesquisa aplicada nos anos de 2016, 2017, 2018 e 2019

Como resultado, observa-se pelo Gráfico 1 que 42,38% dos entrevistados tiveram gastos com material escolar em 2020, enquanto em 2019 esse percentual foi 42,86%. Dentre os entrevistados que anunciaram gastos com material escolar em 2020, observou-se que a maioria (85,39%) pretende adotar alguma estratégia para economizar na hora da compra, assim como observado nos anos anteriores. As estratégias mais citadas para economizar em 2020 foram: “*Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos*” (79,78%) e “*Reutilizar material escolar do ano anterior*” (70,79%), mantendo, praticamente, os mesmos patamares dos valores apurados em 2019. Destaca-se que a opção de ir às compras com antecedência passou a ser a quinta estratégia mais citada pelo consumidor em 2020 com 35,96%, enquanto em 2019 ocupou a terceira posição (62,22%). No ano de 2020, verificou-se ainda que os consumidores estão menos propensos a realizar compras em conjunto com outros pais para negociar descontos, reduzindo de 15,56% em 2019 para 8,99% em 2020.

Gráfico 1: Belo Horizonte, Consumidores que tiveram / terão gastos com material escolar, janeiro 2016/2017/2018/2019/2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

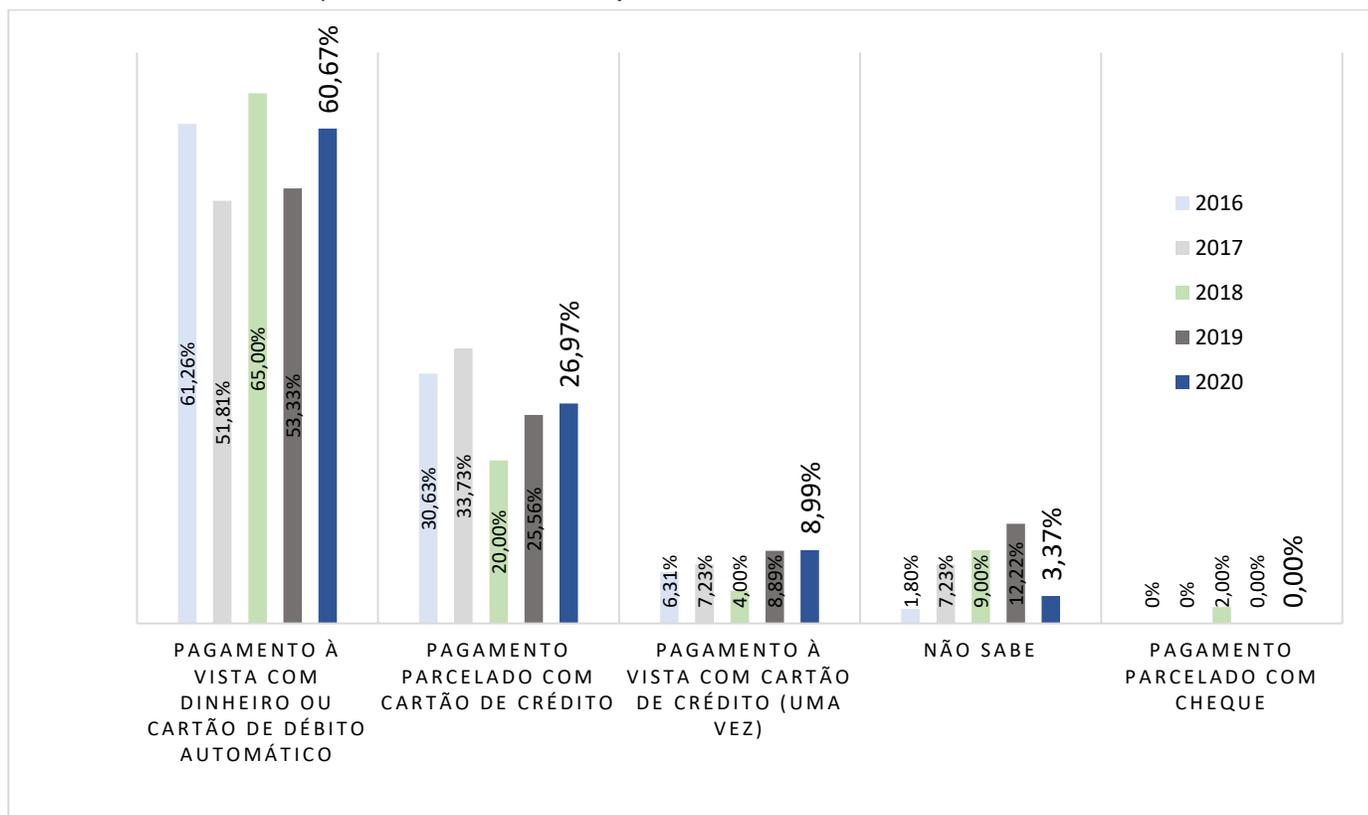
Tabela 1: Belo Horizonte, Medidas de redução de gastos que os consumidores pretendem adotar, janeiro-2016/2017/2018/2019/2020

ESTRATÉGIAS PARA ECONOMIZAR (SIM - %)	2016	2017	2018	2019	2020	Varição 2020 / 2019	Ranking
Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos	87,88	96,25	100,00	77,78	79,78	2,57%	1º
Reutilizar material escolar do ano anterior (mochila, estojo, lapiseira, canetinhas, apontador, etc)	82,83	82,50	86,25	71,11	70,79	-0,46%	2º
Adotar a substituição de marcas nos produtos novos que serão adquiridos	69,70	77,50	80,00	60,00	58,43	-2,62%	3º
Buscar apostilas e livros didáticos usados	63,64	68,75	73,75	53,33	46,07	-13,62	4º
Ir às compras com antecedência	38,38	63,75	67,50	62,22	35,96	-42,22%	5º
Realizar compras pela internet	30,30	36,25	48,75	46,67	31,46	-32,58	6º
Realizar compras em conjunto com outros pais para negociar descontos	18,18	26,25	38,75	15,56	8,99	-42,22%	7º

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Nota-se ainda, pelo Gráfico 2 que, em todas as pesquisas realizadas, a maioria dos entrevistados irá efetuar o pagamento das compras de material escolar à vista, com dinheiro ou cartão de débito automático. Em 2020, destaca-se a alta na pretensão de adotar cartão de crédito para pagar parcelado tais compras de material, subindo de 25,56% em 2019 para 26,97% em 2020.

Gráfico 2: Belo Horizonte, Principal forma de pagamento a ser utilizada pelos consumidores nas compras do material escolar, janeiro-2016/2017/2018/2019/2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.