

» CAPA



gradacimentos / Corte / gres

Quanto custa o regresso às aulas?

Por Carina Correia cc@premio.pt

Setembro: o mês da factura pesada para quem tem filhos em idade escolar. A PRÉMIO também foi às compras, conheceu as opções de duas famílias no que respeita às escolas dos filhos e aos orçamentos despendidos e interrogou as empresas que mais ganham com a reentré.

Se a sua família inclui crianças, então este artigo é para si. Provavelmente já foi bombardeado com os pedidos das mochilas alusivas aos heróis que estão mais na moda e mesmo que alegue que as mochilas do ano passado ainda estão boas, o mais provável é que se deixe contagiar pela febre das compras no regresso às aulas.

As grandes superfícies fazem a sua parte. Ainda nem tinha acabado o Verão e já as prateleiras com os baldes e a pás davam lugar aos coloridos objectos que estimulam os olhos de quem está prestes a começar mais um ano lectivo. A «invasão» das famílias nos hipermercados só é comparável à época de Natal, o que diz muito da importância do regresso às aulas para o sector da distribuição. Até porque não é apenas o material de papelaria que bate recordes de procura: «Nesta época ocorre um aumento de vendas nas secções de moda infantil, sapataria infantil, material desportivo, escolar, informático e de papelaria», explica Roberto Esteves, responsável pelo departamento de relações externas do El Corte Inglés. Apesar de não revelarem os números do negócio, é notória a aposta feita

por este armazém nas vendas da chamada reentré. A começar pelas propostas de pagamento e pelas promoções. O El Corte Inglés prepara anualmente uma campanha específica para este período (de 5 de Agosto a 23 de Setembro). Uma das suas bandeiras é a garantia de entrega de todas as reservas de livros escolares efectuadas até ao dia 14 de Agosto. A outra característica é o pagamento em três vezes sem juros de todo o material escolar, papelaria e compras efectuadas nas secções associadas às necessidades dos mais pequenos. «E a esta facilidade acrescenta-se um cartão promocional onde é acumulado 10% do valor gasto nas diferentes secções, e que poderá ser usado em compras futuras até 31 de Outubro», refere ainda Roberto Esteves. Semelhante postura comercial têm o Modelo e a Worten. Esta última garante que as vendas de computadores pessoais, calculadoras e impressoras aumentam consideravelmente e acrescenta que o negócio tem vindo a crescer de ano para ano, «em parte devido ao facto de a Worten disponibilizar serviços de crédito, nomeadamente o cartão Worten, cuja adesão tem sido fantástica».

E se restam dúvidas quanto ao valor deste mercado, basta analisar o investimento ■■■





> Margarida Gomes encontrou a fórmula para não ter de dizer muitos «nãos»: é ela quem faz as compras de material escolar do Diogo



A publicidade difícilmente passa despercebida entre os alvos preferidos: os mais jovens

■ ■ ■ que o Modelo afirma ter feito na campanha publicitária alusiva ao regresso às aulas: 1,5 milhões de euros. A decorrer até 25 de Setembro, a campanha engloba comunicação de loja, publicidade na televisão, rádio e mupis. E como está em todo o lado, dificilmente passará despercebida entre os alvos preferidos: as crianças.

Vasco Perestrelo, vice-presidente da agência de publicidade Euro RSCG, responsável pela comunicação do Continente, sublinha que «cada vez mais o papel das crianças é tão importante como o dos pais» e que embora as mensagens sejam dirigidas a quem tem poder de aquisição, os filmes publicitários são «traduzidos para irem ao encontro dos interesses das crianças». Foi isso que motivou a música rap que caracterizou o anúncio do regresso às aulas do ano passado no Continente. «Os códigos presentes na construção das ideias publicitárias têm de relacionar-se com o target, seja no estilo, no ambiente ou na linguagem». Um outro truque das grandes superfícies é a promoção de «produtos âncora», aqueles que têm a força de um íman a atrair miúdos e graúdos para as lojas. Vasco Perestrelo reconhece que há três períodos no ano que produzem esse efeito de forma mais visível: a Páscoa, o Natal e o regresso às aulas. Momentos

em que a comunicação se concentra em conquistar o público mais jovem.

A DITADURA DOS MAIS NOVOS

Margarida Gomes sente um pouco essa força da publicidade. Tem três filhos pequenos, um em idade escolar, e recebe alguns pedidos que nascem no marketing das grandes superfícies. No seu caso é a Leonor, ainda na pré-primária, quem faz os pedidos mais insistentes. O filho mais velho, o Diogo, vai para o terceiro ano do primeiro ciclo, «mas felizmente é pouco atento à publicidade». E mesmo que fosse, Margarida encontrou a fórmula para não ter de dizer muitos «nãos»: é ela quem faz as compras sozinha.

No entanto, o cenário mais habitual não é esse, a avaliar pela pesquisa que a PRÉMIO fez durante a euforia das compras no El Corte Inglés. As funcionárias da secção do regresso às aulas até já sabem de cor o gosto das crianças e são elas que nos revelam a pequena «ditadura» dos mais novos: «Eles têm ideias fixas. Aqueles que vão para o primeiro ano, por exemplo, já não querem o Noddy porque têm medo de serem chamados de bebés, mas por sua vez esta persoaagem é a mais apelativa na pré-primária.»

Durante esta ida às compras escolhemos ■ ■ ■



1.º Ciclo

- 29,00e Mochilas (média)
- 23,00e Estojo com canetas
- 17,30e Lápis de côr
- 9,00e Cadernos
- 4,20e Lápis de cêra
- 8,80e Capa elásticos
- + 21,88e Livros
- 113,18e Total**

2.º Ciclo

- 54,70e Mochilas (média)
- 6,50e Dossier
- 9,00e Cadernos
- 8,60e Estojos
- + 75,27e Livros
- 154,07e Total**



3.º Ciclo

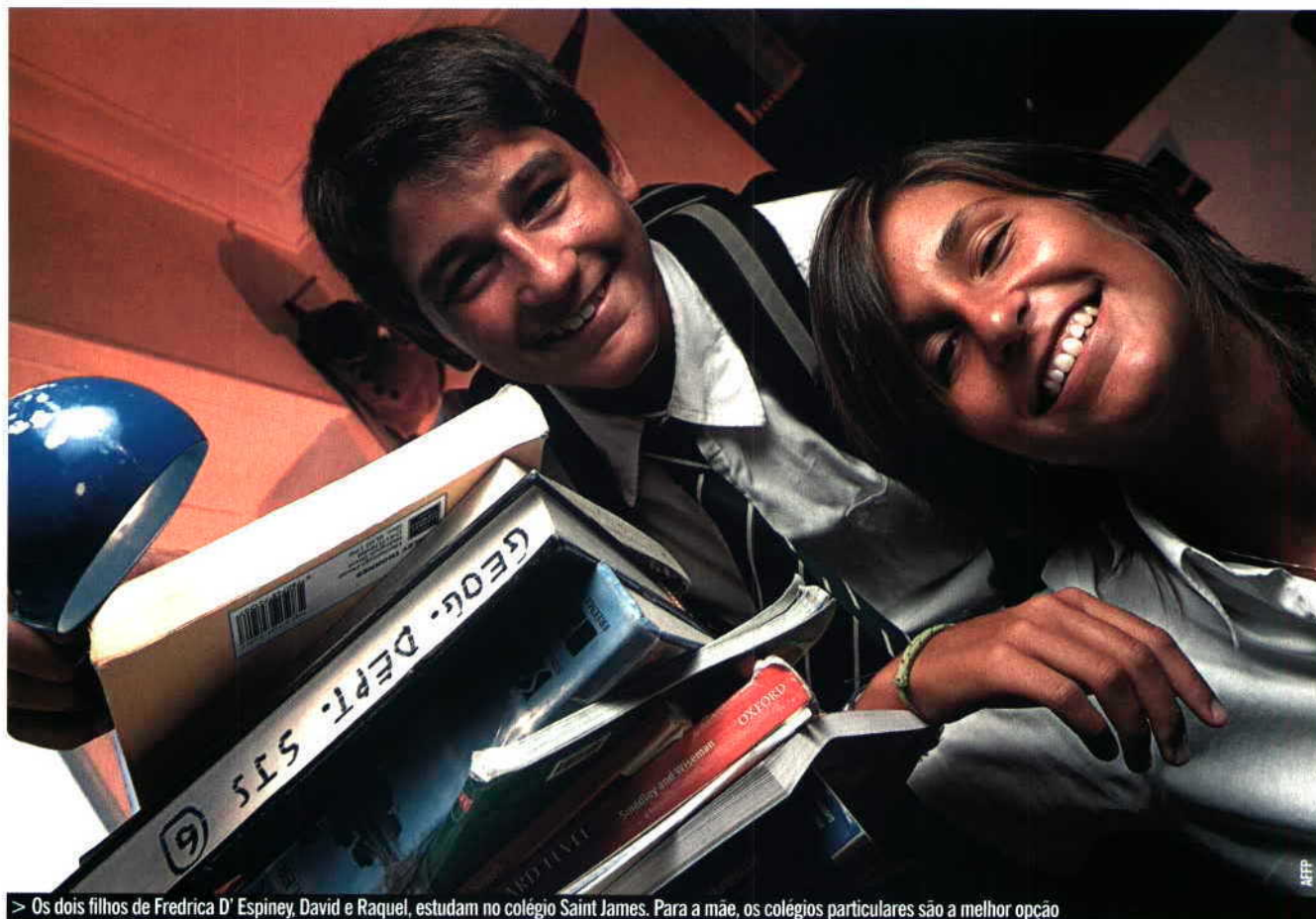
- 38,90e Mochilas (média)
- 30,50e Dicionário
- 9,00e Cadernos
- 6,70e Capas elásticos
- 4,40e Compasso
- 10,25e Estojos
- + 127,10e Livros
- 226,85e Total**



- 38,90e Mochilas (média)
- 30,50e Dicionário
- 9,00e Cadernos
- 6,70e Capas elásticos
- 132,40e Calculadora
- 10,25e Estojos
- + 250,00e Livros
- 477,75e Total**

Secundário

Fonte: Preços de acordo com o material escolar à venda no El Corte Inglés



> Os dois filhos de Fredrica D' Espiney, David e Raquel, estudam no colégio Saint James. Para a mãe, os colégios particulares são a melhor opção

CRÉDITO PESSOAL

UM MÊS DE NEGÓCIO

Para uma entidade que vive do crédito como o Banco Cetelem, Setembro é com certeza um dos meses preferidos. A partir de 26 de Agosto, o Cetelem lançou uma campanha de crédito pessoal com

referências explícitas ao período de regresso às aulas. A ideia é cativar os pais que não consigam suportar sozinhos a factura do material escolar e que olhem o crédito como uma opção viável. Com o slogan «Tenha agora, pague em 2007»,

o Cetelem acredita que tem a fórmula certa para angariar clientes. «As pessoas podem adiar as mensalidades. Desta forma, uma fase de

elevadas despesas pode ser mais facilmente ultrapassada», explica Teresa Portela, directora de comunicação do Cetelem. Apesar de não revelar números, esta responsável confirma que o crédito que tem como finalidade apoiar o regresso às aulas das crianças é uma fatia «significativa» do total dos créditos concedidos pelo banco. E adianta ainda que, este ano, «a adesão tem sido superior às expectativas» da instituição. Facto que Teresa Portela associa também a uma maior aposta na comunicação do Cetelem. A campanha de promoção deste crédito está a ser divulgada em vários meios, com particular incidência na imprensa. E, como sublinha a directora de comunicação, «quanto mais visibilidade, mais créditos são angariados». ■

■ ■ ■ três cabazes, que constituem uma amostra do material escolar necessário, além dos manuais. (Ver cabazes da página anterior) Conclusão: Quanto mais se sobe de escalão etário mais pesada fica a conta. «Para já, o orçamento mensal ainda não é muito penalizado, porque o Diogo ainda está no primeiro ciclo, mas quando passar para o segundo há um disparo nos preços», comenta Margarida Gomes. Esta mãe optou por colocar o filho numa escola pública, da qual tinha boas referências, mas, sobretudo nos meios urbanos e entre as classes A e B, há uma parcela significativa de pais que acrescentam ao orçamento dos manuais e material escolar, a mensalidade dos colégios particulares.

PARA QUANDO OS MANUAIS GRATUITOS?

O esforço financeiro é quase sempre elevado, mas há quem não pense duas vezes na hora de investir na educação dos filhos. Frederica D'Espiney tem dois filhos a estudar no colégio Saint James, onde as mensalidades rondam os mil euros. «Está tudo incluído, desde os livros, até às actividades extra-curriculares», explica. «Prefiro que



estejam lá porque ficam mais resguardados e têm mais disciplina.»

Este colégio fornece aos alunos aquilo que Ana Gonçalves, secretária-geral da Associação Portuguesa das Famílias Numerosas (APFN), gostaria que o ensino público providenciasse: livros gratuitos. «Os países mais evoluídos fazem isso. Faz sentido por todas as razões, nomeadamente as ecológicas e as educativas. O ensino não deveria ter como pressuposto o preenchimento de espaços em branco.» Com quatro filhos, Ana prepara-se para gastar 418 euros este mês só em material escolar. A factura faz mozza no seu orçamento e não a deixa ser optimista quanto às medidas do Governo, que estipulam que o período de vigência dos livros do ensino básico e secundário passe a ser, em regra, de seis anos, mais dois do que até aqui. E nem mesmo o acordo entre o Governo e a Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL) convencem Ana Gonçalves. Ficou decidido que nos próximos anos lectivos (2006/2007 e 2007/2008) as subidas de preços vão acompanhar a inflação nos manuais do primeiro ciclo e vão manter-se praticamente inalteradas nos outros ciclos (com excepção do ensino secundário para o qual não existe convenção). Mas para a secretária-geral da APFN, «o chamado 'congelamento dos preços' não resolve nada, é apenas uma atenuante!»

Na prática, este ano lectivo, o preço dos manuais escolares no primeiro ciclo sofreu um ligeiro acréscimo em relação ao ano anterior: um cabaz médio de livros custava 21,88 euros e custa este ano 22,50 euros. No segundo ciclo, o cabaz de livros custava, em 2005, 74,90 euros e custa agora 75,27 euros. Quanto ao terceiro ciclo, o valor médio do cabaz com manuais escolares desce face ao ano passado: custava 128,04 euros e custa este ano 127,10 euros.

São estes números, somados às restantes despesas que se acumulam nos períodos de regresso às aulas, que assustam os pais. Sobretudo quando têm mais do que um filho. E é por isso que a APFN procura fazer ouvir a sua voz: «Ter mais do que um filho no nosso País é muito complicado. A quebra da taxa de natalidade é também consequência das despesas obrigatórias que são muito pesadas». Mas a verdade é que esta associação de famílias numerosas existe e a convicção final de Ana Gonçalves ainda é optimista: «Acredito que o Governo esteja a fazer esforços, mas há ainda muito para melhorar no sector da educação». ■

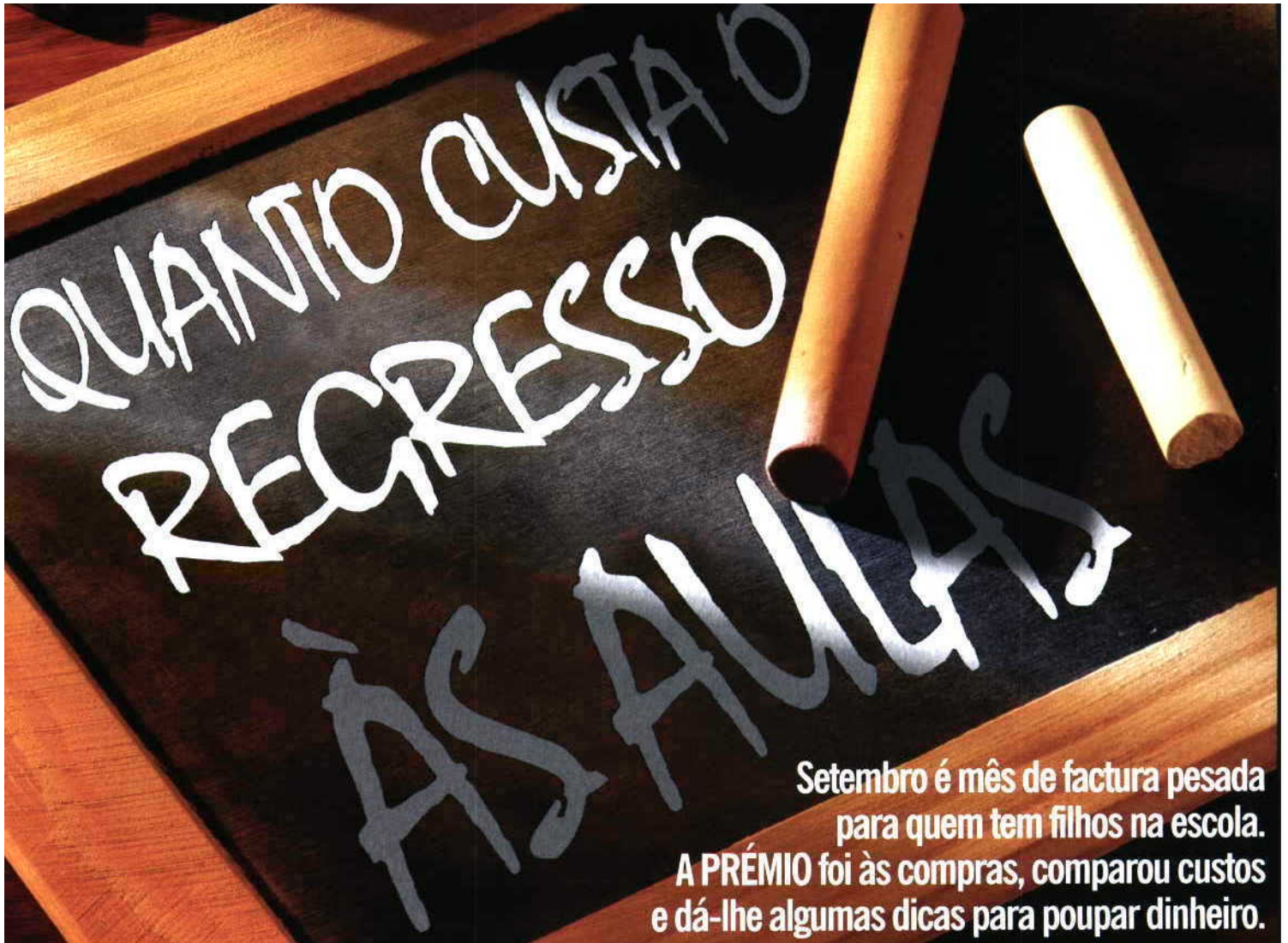
ID: 14814367
Data: 08-09-2006

Prémio

Tiragem: 15000
País: Portugal
Âmbito: Economia, Negócios
Perid.: Semanal

Página: 3
Cores: Cor
Área: 10,63X9,1 cm²
Corte: 7 de 8





QUANTO CUSTA O
REGRESSO
ÀS AULAS

Setembro é mês de factura pesada para quem tem filhos na escola. A PRÉMIO foi às compras, comparou custos e dá-lhe algumas dicas para poupar dinheiro.