

Live your

celside
Insurance

80% DOS PORTUGUESES CONSIDERA QUE ESTE ANO ESCOLAR SERÁ MELHOR QUE O ANTERIOR

9 EM CADA 10 PAIS MANIFESTA ALGUMA PREOCUPAÇÃO RELATIVAMENTE AO REGRESSO ÀS AULAS. 43% TEME QUE VOLTEMOS A UM NOVO CONFINAMENTO

- Quase 50% dos pais teve de adquirir um dispositivo multimédia (computador, tablet ou telefone) durante a pandemia, para permitir que os filhos tivessem acesso ao ensino à distância.
- 95% das crianças portuguesas de mais de 10 anos tem telemóvel. Passagem para o segundo ciclo é o momento crucial.

Lisboa, 9 de Setembro 2021: O regresso às aulas aproxima-se, e com ele as inquietações e expectativas dos portugueses relativamente ao início do ano escolar. Com 85% da população com pelo menos uma dose da vacina contra a COVID-19 administrada, e uma boa adesão dos jovens ao programa de vacinação, as perspetivas para o regresso às aulas são de otimismo. **80% dos portugueses considera que este ano letivo será melhor que o anterior**, segundo um estudo realizado pela Celside Insurance, líder europeu em seguros para telemóveis e dispositivos multimédia, em parceria com a Boutique Research, especialista em estudos de mercado e de opinião.

Apesar do otimismo, as conclusões do estudo realizado em finais de agosto junto de 500 mães e pais com filhos entre os 7 e os 17 anos residentes em Portugal, apontam para alguma inquietação relativamente ao regresso às aulas no contexto da nova normalidade. Desta forma, 9 em cada 10 pais manifesta alguma preocupação em relação ao regresso à escola. O receio de que voltemos a um novo confinamento lidera as preocupações (43%), seguido do receio de que os filhos possam trazer o vírus para casa (16%), mas também o receio de que os filhos não possam acompanhar as aulas se tiverem que ficar em isolamento (15%) e a apreensão relativamente ao convívio de alunos sem máscara (13%).

A grande maioria dos pais (94%) considera que no ano letivo 2021/22, que agora começa, as aulas serão presenciais (em todo ou em parte), e apenas 1% acredita que serão todas à distância.

Ensino à distância, o impacte

A experiência do ensino à distância, imposta pelo contexto de pandemia nos últimos 2 anos, deixa os pais portugueses divididos. De acordo com o estudo, 50% dos pais considerou a experiência de ensino não presencial difícil ou muito difícil, e 44% afirmam que o ensino à distância foi fácil ou muito fácil para os seus filhos. Quando analisamos este dado por idades dos filhos, verificamos que quanto mais pequenas são as crianças, mais se revela difícil a aprendizagem à distância (54% dos 7 aos 9 anos, 51% dos 10 aos 12 anos, 46% dos 13 aos 17 anos).

Apesar desta resposta não ser consensual, há um ponto em que a maioria dos portugueses está de acordo: o ensino à distância terá consequências. Assim, para $\frac{3}{4}$ dos portugueses (77%) o ensino à distância terá algum impacto na educação/futuro dos seus filhos. Apenas 4% dos inquiridos responde que não irá afectar nada.

Educação e uso de tecnologia

De acordo com o estudo, cerca de metade dos pais (47%) tiveram que comprar pelo menos um dispositivo multimédia durante a pandemia, para permitir que os seus filhos acompanhassem o ensino à distância, no âmbito da pandemia.

Em média, os pais adquiriram 1,3 dispositivos, sendo que a maioria (68%) adquiriu um laptop, seguido do tablet (26%) e telemóvel (15%). A pandemia implicou um investimento em tecnologia por parte das famílias: 38% gastou mais de 500€ na compra destes dispositivos, e só 8% gastou menos de 100 euros em equipamento tecnológico para o ensino à distância.

Segundo o estudo, em Portugal 95% das crianças com 10 ou mais anos já têm o seu próprio telemóvel. Abaixo desta idade o número desce para 34%. Na verdade, o estudo permite concluir que 50% das crianças recebem telemóvel na passagem para o 2º ciclo e quase 1/4 no 1º ciclo.

Um pouco mais de metade dos pais (57%) opta por oferecer ao seu filho um telemóvel novo, principalmente entre as crianças mais velhas (de mais de 13 anos). Entre os pais que optam por atrasar a idade em que dão ao seu filho o primeiro telemóvel, nota-se uma maior apetência pelos aparelhos reconicionados (21% versus apenas 10% no caso dos pais que já deram telemóveis aos filhos).

Liberdade e limites

De acordo com os dados do estudo, cerca de 4 em cada 10 pais (41%) reconhece já ter sentido pressão social para dar o primeiro telemóvel aos filhos. No entanto, apenas 1 em cada 10 afirma que essa pressão pesou na sua decisão de dar o primeiro telemóvel.

Com 95% das crianças portuguesas a partir dos 10 anos com o seu próprio telemóvel, quais são as preocupações dos pais relativamente ao uso destes dispositivos? 98% dos pais manifestam alguma preocupação, independentemente da idade dos filhos. A utilização excessiva aparece no topo das preocupações (73%), seguida de muito perto pela exposição aos perigos da Internet (cyberbullying, vírus, pornografia) com 71% de respostas afirmativas, ou a possibilidade de se criar uma dependência (para 58%) dos inquiridos.

Perante este cenário, revela o estudo da Celside Insurance, a grande maioria dos pais (80%, ou 4 em cada 5) impõe algum limite à utilização do telemóvel do seu filho, sendo que quanto mais novos os filhos, mais limites (93% na faixa etária dos 7 aos 9 anos, 73% entre os 13 e os 17). Ferramentas como o “controlo parental” são mais utilizadas quando os filhos são mais novos (64% nas crianças dos 7 aos 9, e apenas 22% nos jovens dos 13 aos 17) mas mantém-se em todos os grupos etários. Os limites de utilização à noite (36% de respostas), a proibição de fazer compras (34% de respostas) e o estabelecimento de horas e lugares para usar o telemóvel (26%) são outras formas de controlar o uso da tecnologia pelos mais novos. Segundo o estudo, apenas 3% dos inquiridos impede os filhos de terem acesso à Internet.

Ficha técnica:

500 entrevistas online a mães e pais, com filhos entre os 7 e os 17 anos, residentes em Portugal. Amostra proporcional à população portuguesa em termos de sexo, idade e região. O trabalho de campo foi realizado entre 23 e 29 de agosto de 2021.

Sobre a Celside

Lançado em França em 2020, o «Seguro Celside» oferece todas as experiências do mundo conectado. A marca imagina as soluções mais inovadoras e fiáveis para proteger os dispositivos multimédia: smartphones, tablets, computadores, drones, consolas de jogos, objectos ligados, electrodomésticos... Em todo o lado e em todas as circunstâncias, a marca destaca-se pela sua cobertura de seguro multi-risco (quebra, ferrugem, roubo e perda), o seu serviço de atendimento ao cliente com capacidade de resposta e os seus conhecimentos técnicos na reparação e reciclagem de dispositivos multimédia. Já presente em França, Espanha, Portugal e Bélgica, a marca irá expandir-se nos próximos meses para Itália, Alemanha, Emiratos Árabes Unidos e Europa de Leste. Apoiada por equipas leais, motivadas e especializadas, a marca gere actualmente 8 milhões de clientes e 2.500 parceiros em toda a Europa. Espera atingir um volume de negócios de 1,1 mil milhões de euros até 2021. Em 2021, o grupo planeia contratar 1.000 novos empregados para apoiar este desenvolvimento: 500 em França e 500 a nível internacional, especificamente 300 em Espanha e 200 em Portugal. O Grupo Indexia está firmemente empenhado na Península Ibérica, onde alcançou um volume de negócios de 150 milhões de euros em 2020, que se prevê que aumente para 200 milhões de euros em 2021. Actualmente, a Espanha gere 1,5 milhões de clientes.

Contacto Imprensa :

Editorialista : Madalena Galamba + 918218130 - hello@editorialista.pt

Miguel Lobo - digital@editorialista.pt

celside.com

