



# Boas práticas em Serviços Educativos

## Resultados pesquisa qualitativa fase 2





# Objetivo da pesquisa

A pesquisa teve como objetivo explorar, por meio de abordagem qualitativa e continuada, quais ações têm adotado os pequenos negócios para mitigar ou eliminar os efeitos decorrentes da pandemia Covid-19 em suas atividades e interesses econômicos, bem como no meio em que se desenvolvem.

A fase 2 da pesquisa de Serviços Educacionais foi realizada em Pernambuco, no período de 18/05 a 16/06, com entrevistas a 05 empresários.





### Empresas

- ✓ Escolas de educação básica e ensino técnico;
- ✓ Plataformas de ensino.

### Porte

- ✓ **20%** Microempresas.
- ✓ **80%** Empresas de Pequeno Porte.

### Nº Empregados

**40%** - 26 a 50 empregados

**20%** - 11 a 25 empregados

**20%** - 06 a 10 empregados

**20%** - 0 a 5 empregados







# Serviços Educacionais

## Principais desafios



Inadimplência e suspensão de contratos.



Políticas de descontos nas mensalidades



Adequação às aulas online





# Serviços Educacionais

## Principais ações implantadas

✓ Política de desconto das mensalidades

✓ Aulas remotas

✓ Relacionamento com os clientes de maneira mais próxima e individualizada.





### Aulas on-line

Todas precisaram se adequar a realidade de aulas on-line e os docentes estão se capacitando e buscando estratégias para dinamizar as aulas.

### Redes sociais

Escolas potencializaram a utilização das redes sociais para divulgar as ações que estão realizando.

### Aplicação

Uma escola considera que é aplicável a alunos mas não para reuniões pedagógicas e de pais.

### Ampliação

Outras viram oportunidade de ampliação do negócio com essa crise.





## Serviços Educacionais

# Apoio governamental e institucional



### Medidas do Governo

Todos utilizaram de alguma forma as medidas disponibilizadas.

Citado empréstimos financeiros e o item referente a suspensão e ou redução do contrato de trabalho.



### Sebrae

Uma das escolas solicitou de forma pontual consultoria ao SEBRAE para assuntos relacionados a estratégia de gestão e no âmbito educacional.



### Entidades

A maioria não sentiu necessidade de buscar outras entidades, considerando que já vem com um relacionamento anterior com o SEBRAE.



## Sobrevivência

A maioria consegue visualizar a permanência no mercado de maneira mais forte e com uma expertise bem mais de possibilidades.

Apenas uma escola acredita que se demorar mais uns três meses não terá condições de saúde financeira.



## Mudanças

O novo formato de reuniões e formações da equipe também são pontos que devem permanecer.

Outra escola enxerga que essas mudanças vieram para ficar e potencializar o negócio.



## Drive Thru Solidário

A vivência da festa junina que é um movimento cultural muito forte na região. Será realizado um **Drive Thru Solidário** onde os alunos com seus familiares poderão passar no Arraial montado na frente da escola ( com sanfoneiros, colaboradores vestidos a caráter) e deixar alimentos, material de higiene, rações para gatos e cachorros.

Criação de um vídeo com convite e live durante a ação, para o público em geral são outras atividades.

## Alunos com deficiência

Um diferencial quanto a outras empresas do mesmo ramo, para os alunos com deficiência está atendendo presencialmente de forma individualizada, com todos os protocolos de segurança, para que junto com a família possa fazer um plano de trabalho para os alunos.

A família assina um termo de aceite, para a ação presencial.

As ações são iniciadas de forma presencial, e já está acontecendo a distância e com ações gravadas e também on-line como live. Considerando que para as pessoas com deficiência como os autistas, ou com retardo mental, as especificidades são bem peculiares.



## Customização

O relacionamento com o cliente, de forma individualizada e todos os canais de comunicação disponíveis para eles( ao todo 12 canais de comunicação, entre eles Whatsapp, e demais redes sociais).

## Pessoal

Complemento do salários dos colaboradores, que foram reduzidos e ou suspensos para que atinjam os 100%.

## Redes Sociais

As escolas têm utilizado muitas redes sociais, o que tem gerado um MKT espontâneo muito positivo.



### Preparados

Algumas escolas que já se anteciparam quanto ao plano de retomada, com novos serviços, inauguração de prédio novo, e criação dos protocolos de convivência.



### Aguardando

Outras escolas não iniciaram nenhum plano, aguardando que os órgãos de governo e ou de classe repassem alguma orientação ou diretriz.





## Serviços Educacionais Conclusão

É notório quanto as empresas que tem seus gestores alinhados com gestão estratégica, ou seja com a administração do negócio que de fato é um empreendimento, se destacam num momento como esse.

As escolas se reinventaram, os profissionais do segmento estão também se reinventando e se adaptando. Ao ponto de enxergarem novas oportunidades num momento de crise, e conseguirem com as dimensões de modelos claros de gestão buscarem os apoios e as estratégias necessárias para permanência do negócio e principalmente a ampliação.

Os cases de sucessos citados, das 04 escolas com um diferencial expressivo, farão elas seguirem com o empreendimento ampliando e expandindo o leque de serviços e capacidade de capilaridade.

A necessidade de assessoria e consultoria para esse segmento é grande considerando que a área de gestão administrativa não é um ponto forte dos gestores de escolas. Aqueles que tem o mínimo de conhecimento geram um grande diferencial na operação.



*Sebrae em Pernambuco*



Coordenação Nacional de Serviços Educacionais  
Unidade de Competitividade - Sebrae Nacional

**Analista:**

Patrícia Mayana

[patricia.mayana@sebrae.com.br](mailto:patricia.mayana@sebrae.com.br)

