

Educação

Rematrícula sem o desconto como único argumento. O que a família ouve antes da proposta

A proposta de rematrícula sai na data que a lei manda, e uma parte das famílias não responde. A peça mostra o que a lei fixa, o que o WhatsApp permite numa sequência de mensagens para a família que já está na escola e como dar um dono a cada família que some.

Por **Luiz Felipe Filgueira**

Sócio fundador da Cofator · 10 min de leitura



Em 30 segundos

- A escola tem de divulgar o texto da proposta de contrato, o valor da anuidade e o número de vagas por sala pelo menos 45 dias antes da data final da matrícula.
- O aluno já matriculado tem direito à renovação da matrícula, salvo quando inadimplente, e o valor da anuidade é contratado de novo no ato da renovação.
- No WhatsApp, a mensagem de modelo que tenta renovar é de marketing, mesmo se a pessoa pediu. A de utilidade não pode tentar garantir renovação.

A escola particular tem de divulgar o texto da proposta de contrato, o valor da anuidade e o número de vagas por sala pelo menos 45 dias antes da data final da matrícula¹. O aluno que já estuda lá tem direito à renovação, salvo quando inadimplente¹. A lei dá à rematrícula uma data e um documento. O que acontece com a família entre a proposta e a assinatura fica por conta da escola.

01

A proposta saiu e uma parte não respondeu

Um exemplo. Uma escola encerra a matrícula de 2027 em 30 de novembro. Contando 45 dias para trás, a proposta tinha de estar publicada até 16 de outubro. Ela saiu no dia 15, por e-mail, no aplicativo da escola e no WhatsApp. Duas semanas depois, a secretaria tem três grupos: quem já assinou, quem pediu desconto e quem não respondeu nada.

O terceiro grupo é o que pesa. A família que pede desconto está conversando. A que não responde pode estar adiando, comparando com outra escola ou só sem tempo de abrir o assunto. Na planilha, as três situações têm a mesma cara: uma célula em branco.

Vale fazer a pergunta sobre a própria escola: hoje, alguém sabe dizer quantas famílias ainda não renovaram, há quantos dias cada uma está sem responder e quem ficou de falar com ela? Se a resposta depende de rolar três conversas de WhatsApp e perguntar na secretaria, a lista existe. Ela só mora no caderno de quem atende.

02

Por que o desconto vira o assunto

Pela lei, o valor da anuidade "será contratado, nos termos desta Lei, no ato da matrícula ou da sua renovação"¹. Todo ano o preço volta à mesa, e o reajuste pode trazer um "montante proporcional à variação de custos"¹. Para a família, a rematrícula é o momento do ano em que chega um contrato novo com um número novo.

O tamanho desse número vem de uma consultoria do setor, o Grupo Rabbit, que publica pesquisas próprias sem descrever o método nem o período da coleta. Segundo reportagem do InfoMoney de 30/09/2025, um levantamento da consultoria com 308 escolas apontou reajuste médio planejado de 9,8% para 2026, contra inflação prevista de 4,8%². Em maio de

2026, o blog da consultoria afirmou que, na matrícula, "a média de descontos concedidos ultrapassou 13,7%", numa pesquisa "com mais de 500 escolas do mercado educacional"³. São números de quem vende consultoria para escolas. Servem de ordem de grandeza, não de régua para a sua conta.

A mesma consultoria recomenda "antecipar o período de matrícula para o mês de agosto" e mandar a proposta primeiro "sem benefícios financeiros", deixando a negociação para os casos específicos³. Também cita a pesquisa de satisfação como forma de entender como a família vê a escola³.

A evidência para aqui. Não achamos estudo, em escola brasileira, que meça se a família que recebe outros contatos antes da proposta pede menos desconto. O que dá para dizer é mais simples: se a primeira mensagem da temporada é a proposta, o único assunto novo da conversa é o preço.

*Se a primeira mensagem da temporada é a proposta,
o único assunto novo da conversa é o preço.*

 03

O que o WhatsApp exige da sequência

Sequência, aqui, é o conjunto de mensagens e contatos que a escola programa para cada família, cada um com data e com um responsável. Quando ela passa pelo WhatsApp ligado a um sistema de atendimento, a um CRM (o cadastro das famílias e das conversas) ou a um agente, quatro regras da Meta entram no desenho.

Permissão antes da mensagem. A política do WhatsApp só deixa a empresa chamar quem deu o número e deu permissão "confirmando que deseja receber mensagens" dela (tradução nossa)⁴. A permissão precisa dizer com clareza o nome da empresa, e pode ser colhida fora do WhatsApp, inclusive "em papel" (tradução nossa)⁵. A Meta recomenda pedir permissão separada por categoria de mensagem⁵. Para a escola, o lugar natural é a ficha de matrícula, que a família já preenche.

Mensagem que pede renovação é marketing. Passadas 24 horas da última mensagem da família, a escola só manda mensagem de modelo, um texto aprovado antes pela Meta⁶, como mostramos na peça de 21/10. Nos modelos, a Meta separa utilidade de marketing. A mensagem de utilidade não pode "tentar garantir renovações", e a que tenta renovar assinatura é marketing "mesmo se solicitada pelo usuário" (tradução nossa)⁷. Aviso

misturado com oferta também é marketing⁷. O exemplo da própria Meta é uma assinatura que vence e um desconto para quem renovar hoje⁷. É o lembrete de matrícula com condição especial até sexta, com outro uniforme. E se a escola registrar esse lembrete como utilidade, a Meta pode mudar a categoria sozinha depois de aprovado⁷. Cada modelo é cobrado quando entregue⁸.

Modelo de marketing tem limite por pessoa. O WhatsApp "pode limitar o número de mensagens de modelo de marketing" que uma pessoa recebe de empresas, e o limite "se ajusta automaticamente" ao engajamento recente dela (tradução nossa)⁹. Quando a mensagem é barrada, o sistema da escola recebe uma falha com o código 131049, e a orientação é esperar ao menos 24 horas antes de reenviar⁹. Na prática, o terceiro lembrete para a família que não respondeu aos dois primeiros pode simplesmente não chegar.

Pedido para parar vale dentro e fora do WhatsApp. A empresa tem de respeitar todo pedido para bloquear, interromper ou deixar de receber mensagens, feito no WhatsApp ou fora dele (tradução nossa)⁴. As pessoas podem bloquear e denunciar empresas, e o sistema pode limitar quanto a empresa envia⁴. Por exemplo, o pai que disse no portão "não precisa me mandar isso" fez um pedido que vale para o sistema.

Um limite deste texto: as regras de categoria, limite e cobrança são da plataforma de empresas do WhatsApp. Não conferimos como se aplicam ao aplicativo WhatsApp Business no celular da secretaria.

 04

A sequência de agosto a novembro

Abaixo, um exemplo de sequência para a escola que encerra a matrícula em 30 de novembro. As datas são exemplo. A única fixada em lei é a da proposta.

quando	o que a família recebe	quem age se ela some
agosto	conversa ou pesquisa curta sobre o ano; confirmação do contato e da permissão de cada responsável	a coordenação anota quem trouxe alguma insatisfação
setembro	o aviso de quando e por onde a proposta sai, e com quem falar	ninguém ainda; é aviso
até 16 de outubro	a proposta, com contrato, valor e vagas, como manda a lei	a secretaria registra quem respondeu
7 dias sem resposta	um lembrete, em modelo de marketing, com o caminho para falar com uma pessoa	a secretaria
14 dias sem resposta	contato de uma pessoa, por ligação ou na conversa já aberta	coordenação ou direção, com nome definido antes
últimas duas semanas	nada novo; a escola revisa a lista	a direção recebe quem não renovou, com o motivo, quando houver

Dois cuidados no desenho. Só uma linha da tabela é modelo de marketing. O resto acontece em conversa ou por uma pessoa, o que poupa o limite por família. E o desconto, quando sai, sai como decisão registrada, com o motivo, e não como resposta automática ao silêncio.

 05

Quem avisa quando a família some

Falta saber quem avisa quando a família some, e a resposta está no CRM. Cada família recebe uma etapa (proposta enviada, em conversa, pediu condição, assinou, sem resposta) e a data da última resposta. Quando passa do prazo combinado, o sistema cria a tarefa para a pessoa responsável por aquela família. O que se automatiza é o aviso. A conversa com a família continua com gente.

Na peça de 14/10, usamos o mesmo art. 2º da Lei 9.870 para mostrar o que um agente de IA pode responder pela escola. Na rematrícula, ele responde o que já está na proposta e passa a negociação para uma pessoa.

O critério para saber se a sequência funcionou é da própria escola. Compare, de um ano para o outro, a taxa de renovação na data final e o desconto concedido por família renovada. Olhe também quantas famílias chegaram à etapa dos 14 dias e quantas renovaram depois do contato da pessoa. Se quase todo mundo renova até o lembrete, a sequência está longa demais. Se o grupo dos 14 dias é grande e o contato pessoal resolve, o investimento está no lugar certo.

Na prática

Para a rematrícula aberta agora e para a próxima

Nesta ordem:

01

Monte hoje a lista de quem não renovou. Nome do responsável, data da proposta, data da última resposta e quem ficou de falar com a família. Neste ano, uma planilha resolve.

02

Dê um dono a cada família parada. Passou de 14 dias sem resposta, uma pessoa com nome liga ou escreve na conversa. Registre o motivo e o desconto, se houver.

03

Para a próxima, ponha a sequência no CRM.

Permissão de WhatsApp na ficha de matrícula, um único lembrete de marketing e o aviso automático para o dono da família quando ela some.

O que sustenta este texto

A	Lei 9.870/1999, arts. 1º, 2º e 5º, Planalto	Proposta, valor e vagas por sala divulgados 45 dias antes do fim da matrícula; valor contratado na renovação; renovação é direito do aluno, salvo inadimplente	fonte oficial
A	WhatsApp, Política de Mensagens do WhatsApp Business, atualizada em 23/09/2026	Só contatar com número e permissão; respeitar pedido para parar dentro e fora do WhatsApp; bloqueio, denúncia e limite de envio	fonte oficial
A	Meta for Developers, Obtaining user opt-in	Permissão com o nome da empresa, colhida também em papel; permissão por categoria recomendada	fonte oficial
A	Meta for Developers, Send messages	Passadas 24 horas da última mensagem da pessoa, só mensagem de modelo pré-aprovada	fonte oficial
A	Meta for Developers, Template categorization	Modelo que tenta renovar é marketing, mesmo se pedido; utilidade não pode tentar garantir renovação; recategorização automática	fonte oficial
A	Meta for Developers, Per-user marketing template limits	Limite de modelos de marketing por pessoa, ajustado ao engajamento; código 131049; esperar 24 horas	fonte oficial
A	Meta for Developers, Pricing	Modelo cobrado quando entregue	fonte oficial
D v	Grupo Rabbit, blog, 22/05/2026	Desconto médio na matrícula acima de 13,7%, mais de 500 escolas, sem método descrito; recomenda agosto e proposta sem benefício	sem ficha
D v	InfoMoney, 30/09/2025, sobre levantamento da Rabbit	Reajuste médio planejado de 9,8% para 2026, 308 escolas, sem método descrito	sem ficha

A meta-análise, revisão sistemática ou experimento de campo. **D** opinião, case ou livro de praticante.

Leitura Cofator

As regras que desenham a sequência têm grau A: a Lei 9.870 no Planalto e as páginas oficiais do WhatsApp e da Meta, conferidas em 27/10/2026. Os números de reajuste e desconto têm grau D e marca V, porque vêm de uma consultoria que vende serviço a escolas e não descreve o método. Nossa leitura é que o desconto vira argumento único quando a escola só fala com a família na hora do preço, e que uma sequência curta, com permissão colhida na matrícula, um lembrete só e uma pessoa com nome para cada família parada, muda a conversa. Isso é hipótese. Não achamos estudo em escola brasileira que mostre que contato antes da proposta reduz o desconto ou aumenta a renovação. Por isso o primeiro passo é anotar, ainda nesta rematrícula, quem não renovou, por quê e com que desconto. Sem esse número da própria escola, nenhuma recomendação sobre a sequência deveria ser tomada como certa.

Luiz Felipe Filgueira, Sócio fundador da Cofator

Se a rematrícula da sua escola ainda vive numa planilha e no WhatsApp de quem atende, dá para transformar isso numa sequência com data e com dono. A Cofator faz o marketing da sua escola, da campanha de matrícula ao CRM que acompanha a família que já está com você. Fale com a gente e conte como funciona hoje.

Fontes

- 1 Lei 9.870/1999, art. 1º (caput e § 3º), art. 2º e art. 5º, Planalto, conferida em 27/10/2026: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19870.htm
- 2 InfoMoney, 30/09/2025, reportagem sobre o levantamento da consultoria Rabbit com 308 escolas, conferida em 27/10/2026: <https://www.infomoney.com.br/politica/mensalidade-de-escola-particular-deve-subir-quase-10-em-2026-aponta-pesquisa/>
- 3 Grupo Rabbit, blog, texto de Christian Rocha Coelho sobre rematrícula, 22/05/2026, pesquisa da Explora, braço de pesquisa do grupo, conferida em 27/10/2026: <https://blog.gruporabbit.com.br/2026/05/22/rematricula-o-grande-desafio-das-escolas-para-manter-a-lucratividade-e-fortalecer-a-retencao/>
- 4 WhatsApp, Política de Mensagens do WhatsApp Business, seções 1 ("Create a Quality Experience") e 7 ("Enforcement and Updates"), última atualização em 23/09/2026, conferida em 27/10/2026: <https://whatsappbusiness.com/policy/>
- 5 Meta for Developers, WhatsApp, "Obtaining user opt-in", seções sobre requisitos e formas de coleta, conferida em 27/10/2026: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/getting-opt-in>
- 6 Meta for Developers, WhatsApp, "Send messages", seção "Customer service windows", conferida em 27/10/2026: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messages/send-messages>
- 7 Meta for Developers, WhatsApp, "Template categorization", seções "Utility template guidelines", "Marketing template guidelines" (linha Retargeting) e "How WhatsApp updates a template's category after initial approval", conferida em 27/10/2026: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-categorization>
- 8 Meta for Developers, WhatsApp, "Pricing", seção "How Meta charges for messages", conferida em 27/10/2026: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>
- 9 Meta for Developers, WhatsApp, "Per-user marketing template limits", conferida em 27/10/2026: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/marketing-templates/per-user-limits>

 **Próximo passo**

Quer aplicar isso no seu negócio?

A Cofator faz o marketing do seu negócio, da campanha ao atendimento. Conte como funciona hoje e a gente mostra por onde começar.

Falar com a Cofator: cofator.com.br/contato

Luiz Felipe Filgueira, Sócio fundador da Cofator