



# CAMPANHA DE MATRÍCULAS

*POR LINDALVA DUARTE ROLIM  
DUARTE ROLIM ASSESSORIA E CONSULTORIA JURÍDICA*

## DIREITO EDUCACIONAL

Campanhas de matrículas  
aspectos jurídicos

## ENTREVISTA

Colégio Dinâmico

## PREVIDÊNCIA

Qual a duração do  
benefício de pensão  
por morte?

## PSICOLOGIA DA FAMÍLIA

A escola como um novo  
lugar no mundo

## EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Utilizando a inteligência  
artificial para potencializar  
o marketing escolar e  
captar alunos



## Expediente

Edição 89  
Abril, Maio e Junho de 2023.  
Imagem da Capa (Banco de Imagem)

Editorial  
Antonio Carlos Barbosa

Colaboradores  
André Alves, Anselmo Grotto Teixeira,  
Fatima Regina Bolzan da Silva,  
Juliana Fazolaro, Lindalva Duarte Rolim.

Marketing  
BW Contabilidade

Produção Visual  
Linkys Assessoria de Marketing

Visite: [www.bwcontabilidade.com.br](http://www.bwcontabilidade.com.br)  
[comercial@bwcont.net.br](mailto:comercial@bwcont.net.br)

Rua Conselheiro Nébias, 1215/1217  
Campos Elíseos  
(11) 3554-2960

Publicada trimestralmente pela BW Contabilidade  
Todos os Direitos Reservados.

UMA PUBLICAÇÃO DA  
BW CONTABILIDADE

# Sumário

## 03 EDITORIAL

Arcabouço fiscal

## 04 DIREITO EDUCACIONAL

Campanhas de matrículas - aspectos jurídicos

## 11 ENTREVISTA

Fatima Regina Bolzan da Silva  
Diretora Pedagógica - Colégio Dinâmico

## 14 PREVIDÊNCIA

Qual a duração do benefício de pensão por morte?

## 17 PSICOLOGIA DA FAMÍLIA

A escola como um novo lugar no mundo

## 20 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Utilizando a inteligência artificial para potencializar  
o marketing escolar e captar alunos

# Editorial BW Contabilidade

## ARCABOUÇO FISCAL – NOSSA OPINIÃO

Definido como o conjunto de regras que tem como objetivo evitar o descontrole das contas públicas, sem no entanto, deixar de realizar os investimentos sociais programados.

Trata-se na verdade, de um projeto de lei que terá que ser aprovado no Congresso Nacional. Vale lembrar, que as novas regras, se aprovadas, deverão balizar o orçamento do Governo Federal a partir de 2024, permanecendo em vigor neste ano de 2023, o teto de gastos, regra criada no governo de transição do presidente Michel Temer no final do ano de 2016 e, que bem ou mal, cumpriu o seu papel.

De forma geral e simplória, o teto de gastos é mais rigoroso do que o arcabouço, pois não permite aumento real de despesas, a não ser em situações excepcionais, como no caso da pandemia de Covid-19. Já no arcabouço, as despesas poderão aumentar se a arrecadação também crescer.

Existe um certo temor por parte dos especialistas em contas públicas, no sentido de que a dívida do governo poderá eventualmente fugir do controle, já que algumas despesas não se sujeitarão às regras do arcabouço, como por exemplo, gastos com saúde e educação, principalmente.

Entendemos que a nova regra poderá ser benéfica para todos, desde que haja aumento real na arrecadação.

No entanto, sabemos que não será tão fácil arrecadar mais, sem o crescimento real da economia ou o aumento da carga tributária, sendo que pagar mais impostos a sociedade não aceitaria.

O governo trabalha com a expectativa de equilíbrio nas contas para 2024 ou seja, sem déficit fiscal primário e com superavit a partir de 2025, mas é preciso considerar que existe uma dívida e que ela precisa ser paga ou, ao menos se manter estável em termos percentuais em relação à arrecadação. Isto seria fundamental para o aumento da credibilidade.

Agora, cabe ao Congresso Nacional analisar criteriosamente a proposta do Executivo e propor as melhorias necessárias, buscando principalmente "fechar as portas" para os desperdícios, sem prejudicar o que o projeto tem de positivo, que é a flexibilidade para a retomada dos investimentos.

Como já dissemos, melhorias passam obrigatoriamente pela retomada do crescimento econômico, algo que não ocorre de forma consistente a quase uma década.

O arcabouço poderá dar a sua parcela de colaboração para a retomada, mas entendemos que o impulso maior deverá ser dado com a aprovação da reforma tributária.

*Antonio Carlos Barbosa*

**ANTONIO CARLOS BARBOSA**  
DIRETOR FINANCEIRO

## CAMPANHA DE MATRÍCULAS

POR LINDALVA DUARTE ROLIM

Pode parecer cedo demais, mas o sucesso pode advir da eficácia de seu planejamento, então, vamos reforçar conceitos e posturas recomendáveis para começarem a organizar a sua campanha de matrículas de rematrículas para o ano letivo de 2024.

Inicie não subestimando o interesse de seus concorrentes em conquistar a sua carteira de alunos, assim como não subestime os contratantes acreditando que o valor da anuidade é o único atributo que lhes interessa.

Tudo começa com o bom planejamento e de forma antecipada para que todas as situações adversas possam ser contornadas, para assegurar o resultado almejado, portanto, quando pensarem em reunir a equipe para traçar metas, não esqueçam de:

- a) Estudar o perfil de seus principais concorrentes e avaliar posturas positivas e negativas recentemente adotadas, principalmente avaliando a migração de contratantes entre uma por outra instituição, conhecendo suas motivações;
- b) Ofereça vantagens competitivas em relação a seus concorrentes;
- c) Defina o público que pretende atingir, estude os meios eficazes de alcançá-lo se inicie as campanhas de marketing;
- d) Evidencie para toda a equipe quais são os objetivos da campanha, capacite-os e motive-os ou ofereça incentivos;
- e) Abuse de camisetas estimulando a campanha de matrículas, eventos festivos, "day use", faixas e explore à exaustão os meios digitais para informar seus diferenciais;

f) Transforme pais e alunos atuais em agentes angariadores indiretos, seja pela propagação da satisfação em fazer parte de sua instituição ou mesmo através de campanhas de descontos para apresentação de novos alunos;

g) Defina etapas e prazos, criando métricas que possibilitem avaliar o sucesso da empreitada ou necessidade de adaptações;

h) Mude sua fachada, demonstre inovações, coloque seus funcionários no portão de entrada recebendo os pais e alunos com um sorriso largo e acolhedor. Humanize sua instituição.

### DETALHANDO AS ESTRATÉGIAS - CHECKLIST

Não se pretende aqui exaurir o tema de forma a limitar suas ações a estes indicativos, mas recomendamos que os tenham como requisitos mínimos a serem observados:

- a) **Definição das metas** - Defina em números ou percentuais a sua pretensão de crescimento para próximo ano, não esquecendo de replanear a equipe, estrutura e recursos financeiros para atender a nova meta. Não ignore que mesmas ações podem gerar mesmos resultados;
- b) **Equipes** - Dentro das metas estabelecidas, avalie se a equipe interna é suficiente para atender os objetivos definidos ou se seria necessário apoio externo, ainda que por meio de campanhas digitais. Considere parte integrante da equipe o trabalho conjunto de atendentes, marketing, financeiro, recepção e treine a todos para atuação na campanha;
- c) **Roteiro das campanhas** - Incentive visitas monitoradas para a apresentação da instituição focando na Missão e Valores, lembrando que a primeira impressão poderá definir o sucesso da campanha. Valorize a humanização de sua estrutura pois nenhum genitor pretenderá que seu filho seja apenas um número no local a quem confiam sua guarda.

d) **Aspecto visual** - A cortesia não será o único fator analisado, então organize sua estrutura para estar sempre aconchegante, limpa, com jardins naturais e impecáveis, evite o uso de plantas artificiais, afinal, a escola é um ambiente que reflete vidas. Mantenha os banheiros limpos e bem conservados, a equipe deve se apresentar sempre uniformizados etc.;

e) **Momentos cruciais da campanha - fique atento** - A campanha ocorre em dois momentos, onde sua atuação inicial seria despertar o interesse do contratante em seu produto, a ponto de manifestar o desejo de conhecer a sua proposta e assim visitar a instituição e, a atuação secundária e tão importante quanto a primeira, seria tornar realidade o conteúdo de marketing fazendo com que a prestação de serviços seja contratada com a maior brevidade possível;

f) **Estratégias** - Não permita que o desconto de anuidade seja seu único atrativo. Torne seus valores e de sua equipe a sua vantagem competitiva. Faça follow up das visitas e ligações recebidas e monitore a decisão dos contratantes, não desistindo enquanto não estiver seguro de que houve a matrícula em outra instituição; Mantenham reuniões regulares com a equipe envolvida na campanha para monitorar resultados;

## PLANILHA DE CUSTOS

a) Tenha em mente que a elaboração de planilha de custos não é facultativa e sim uma obrigação imposta pela Lei 9870/99. Somente através da referida planilha poderá justificar eventuais aumentos de anuidade acima de indicadores de inflação.

b) Insira todos os custos de suas operações e serviços na planilha para não precisar justificar aumentos ou de cobranças adicionais após efetivada a contratação.

c) Antes de pensar em precificação ou divulgação de campanhas de matrículas, a instituição deve conhecer bem sua planilha de custo e a sua situação financeira.

d) A referida Lei prescreve que a instituição deve considerar as despesas que teve nos últimos doze meses. Além disso, folha de pagamentos, despesas de manutenção, uma margem de despesas extras que possam surgir no decorrer do ano, contempladas de pelo menos 10%, como PLR, reajuste salarial, aluno de inclusão ou situações emergenciais, como, por exemplo, reforço na segurança, material didático de uso geral.

e) Serão estas previsões adicionais que permitirão eventual política de descontos futuros, por isso, evitem descontos além dos limites previstos na planilha somente para minimizar prejuízos. Como já mencionado, o seu referencial não deve ser o desconto.

## EDITAL DE MATRÍCULA / CARTA CIRCULAR

Definidas as etapas anteriores, o passo seguinte para a efetivação da campanha será a elaboração do Edital de Matrículas ou da Carta Circular, contendo todas as informações exigidas pela Lei 9870/99 e outras a serem praticadas no ano letivo, estando assim explicitado no Art. 2º:

*“Art. 2º O estabelecimento de ensino deverá divulgar, em local de fácil acesso ao público, o texto da proposta de contrato, o valor apurado na forma do art. 1º e o número de vagas por sala-classe, no período mínimo de quarenta e cinco dias antes da data final para matrícula, conforme calendário e cronograma da instituição de ensino.”*

No edital também deve constar a proposta de trabalho, datas limites para efetivação da matrícula e principalmente a observação de que não havendo preenchimento da quantidade mínima de alunos para formação de turma, ficará a critério da instituição a oferta de vaga em outro período ou cancelamento da matrícula com devolução de valores pagos.

Insira também em seu edital que a instituição adota a consulta a órgãos de proteção ao crédito e que nomes ou razões sociais negativadas não poderão concretizar a contratação de serviços junto a sua instituição, assim como contratantes com pendências financeiras de anos anteriores.

Consigne no edital de matrículas o prazo final para liquidação de pendências de valores devidos do ano corrente, informando que, conforme Art. 5º da Lei 9870/99, estão desobrigados da rematrícula de alunos com pendências financeiras.

Imperativo que com referido edital esteja descrito o valor da anuidade e formato de seus pagamentos, assim como já acompanhado de minuta do contrato a ser assinado para conhecimento prévio de suas condições.



## TREINAMENTO DIFERENCIADO DA SECRETARIA/TESSOURARIA

O sorriso constante deverá preponderar no atendimento destes dois setores, porém, somente com sua capacitação para análise e controle documental se poderá garantir o resultado de toda empreitada.

Ambos têm posição crucial na instituição e não devem se limitar a responder questionamentos de contratantes, pagar ou cobrar valores devidos, permeando suas ações em aspectos preventivos como a verificação do preenchimento correto de contratos e demais declarações, controle de protocolos de informações repassadas aos contratantes, checagem das assinaturas exigíveis e recebimentos tempestivos de valores acordados, informações sobre pendências de todos os gêneros e, principalmente, ao iniciar a campanha de matrículas, promover campanha para regularização de inadimplentes antes de início da campanha de matrículas.

Os cuidados recomendados:

**Ficha Cadastral** - Necessária a atualização constante e a cada processo de matrículas ou rematrículas, consignando novos endereços, telefones, e-mails, contatos para emergências e pessoas autorizadas a retirar o aluno na instituição ou se está autorizado a sair sozinho. Além do aspecto da segurança, esta atualização permitirá maior eficácia em eventuais cobranças de inadimplentes.

Em seus contratos de prestação de serviços ou mesmo em seu edital de matrículas, insira cláusulas de responsabilidade dos contratantes em manter contatos e endereços atualizados, sob pena de serem consideradas válidas qualquer correspondência enviada ao endereço constante nos cadastros da Instituição.

**Entrega e guarda de documentos** - Normalmente fica a cargo da secretaria o recebimento de documentos, deve haver capacitação para entender a importância de cada documento solicitado e a destinação interna de cada um, sempre após comprovação de respectiva assinatura.

A destinação interna dos documentos é atributo da Instituição, mas recomenda-se que documentos de cunho pedagógico, tais como histórico escolar, transferência, ficha médica e escolar do aluno fiquem sob guarda da coordenação pedagógica, enquanto documentos de cunho financeiro como requerimento de matrícula, contrato educacional, comprovantes de endereço, RG, CPF, certidões, fiquem sob guarda da tesouraria, lembrando sempre da recomendação de haver sempre a assinatura de dois responsáveis financeiros para qualquer contratação, inclusive de atividades extracurriculares, material didático, etc.

**Consulta de crédito** - É comum às instituições exigirem carta de quitação de anuidades de escolas anteriores, todavia, há que mencionar-se que a instituição pode pedir, mas jamais exigir este documento, assim como não pode restringir a matrícula em razão da falta da carta.

O meio mais eficaz e legal para conhecer o CPF dos contratantes é a consulta aos órgãos de proteção ao crédito, podendo restringir matrículas de novos alunos em caso de negativas, desde que o procedimento seja de conhecimento prévio dos contratantes. Para processos de rematrícula a negativação não a impede, sendo o único impeditivo, eventual inadimplência com a própria instituição.

**Rematrícula de inadimplentes** - A instituição deve fazer constar em seu Edital de matrícula o período de negociação de dívidas e a tesouraria deve reforçar por meio de comunicado para os inadimplentes com alerta para o início das matrículas e o termo final, com o alerta da previsão legal de recusa de rematrícula em casos de inadimplência.

O usual Termo de Confissão de Dívida deve ser evitado para composição de pendências, pois, é considerado no direito como "novação" e assim, eventual descumprimento não poderá ser usado como fator de recusa de rematrícula.

As pendências devem ser pagas até a data consignada do edital de matrículas utilizando-se boletos emitidos anteriormente.

**Meios de cobrança da mensalidade** - O boleto bancário constitui o meio usual de cobrança em razão da facilidade de controle e organização, entretanto, a Instituição deve acautelar-se para não inserir o nome do aluno no documento, limitando-se a inserir o nome do contratante. O envio deve ser priorizado pelos correios em razão de possibilidades de interceptações e invasões de sistemas que culminem em fraudes.

A instituição deve criar mecanismos junto aos bancos que dificultem a invasão de sistemas e permitam a adulteração dos dados, informando aos contratantes os critérios de identificação.

É livre a opção por outras formas de pagamentos. Havendo dois ou mais responsáveis financeiros, sugere-se padronizar e informar aos contratantes que o boleto será sempre emitido em nome do primeiro responsável financeiro.

**Desconto e sigilo** - Havendo política de concessão de descontos, recomenda-se fazê-lo sempre de forma individualizada e fazendo com que o contratante assine termo aditivo com a concessão do desconto, inserindo as condicionantes para sua manutenção, estando entre elas o sigilo, cancelando o desconto em caso de constatação de divulgação a outros contratantes.

## CONTRATOS EDUCACIONAIS, PEDAGÓGICOS E EXTRACURRICULARES

A instituição deve primar pela oferta de serviços educacionais pedagógico e curriculares, amparados pela Lei das Diretrizes e Bases da Educação, Lei 9394/96, porém, há sempre oferta de serviços adicionais/acessórios que podem ser oferecidos, mas com o devido cuidado para sua forma de contratação.

Os serviços acessórios são, por norma, atividades em contraturno, comumente confundida com “integral”, alimentação, transporte, aulas de judô, ballet, música, passeios, fornecimento de material didático, berçário, educação infantil.

Todos os serviços acessórios devem ser objeto de contratações distintas, pois, ao acumular estes acessórios à prestação do serviço pedagógico, haverá a obrigatoriedade de sua manutenção durante o ano inteiro, mesmo diante de inadimplência. Mesmo a concessão de descontos deve compreender a um aditivo contratual para conferir-lhe eficácia ao estabelecer regras para a concessão.

A individualização permite a interrupção ou suspensão a qualquer tempo daqueles serviços com pagamentos pendentes ao longo do ano.

Carece de atenção especial parte de instituições que tenham convênios para antecipação de recebíveis que deve haver previsão em seus contratos alertando que a Instituição possui referido convênio, podendo então fazer a cessão dos créditos/boletos a estas integrantes do convênio.

## PLANEJAMENTO PEDAGÓGICO E ADMINISTRATIVO

Corolário do planejamento antecipado para campanha de matrículas, cumpre também tecer alertas genéricos para complementar a organização para o ano seguinte, tais como:

### Férias de funcionários

Antes de elaborarem o calendário escolar, verifiquem se o último dia de trabalho que antecede as férias dos professores não coincide com a antecipação de feriados e final de semana, pois a CLT determina que as férias tenham **início dois dias antes de feriados e de finais de semana**.

### Emendas de feriados “pontes”

Sugerimos que a instituição quando da elaboração de seu planejamento escolar, consulte os calendários nacional, estadual e municipal e, caso não possua instituído o banco de horas, que elabore o acordo de compensação com previsão certa dos dias que serão compensadas as emendas de feriados.

### “Janelas” entre aulas

A instituição que não pretender pagar as chamadas “janelas”, deverá acordar com os docentes antes do início do período letivo, através de termo escrito.

### Supressão de turmas, total ou parcial

Havendo redução de turmas que implique na redução da carga de aulas do professor, o mesmo deverá ser comunicado com antecedência e antes do início do ano letivo sobre a necessidade da supressão, devendo a comunicação ser efetivada de forma escrita para que o professor também se manifeste pela forma escrita sobre a aceitação ou recusa.

Havendo a recusa, a instituição poderá optar pela sua demissão de forma imotivada, isentando-se do pagamento da semestralidade.

### REFLEXOS NA EMISSÃO DE NOTA FISCAL E A TRIBUTAÇÃO EM SITUAÇÕES DE CONCESSÃO DE DESCONTOS

A instituição deve acautelar-se sobre os valores a serem inseridos em Notas Fiscais quando adotam critérios para desconto de mensalidade em razão de pontualidade, ou seja, até uma determinada data.

Isto porque o desconto condicional não se aplica no ato da negociação, sendo condicionado a um evento futuro e incerto. **Por exemplo:**

- Valor da parcela 1/12: R\$ 1.000,00
- Desconto para pagamento até dia 05 de janeiro: R\$ 100,00
- Valor total da NF-e parcela 1/12: R\$ 1.000,00

Nesse caso, o desconto de R\$ 100,00, não será deduzido no total da nota fiscal, pois está condicionado ao pagamento no prazo negociado, não tendo alterado o valor da contratação.

Na concepção da tributação, isso difere da concessão de desconto incondicional, já negociado no início da transação e que persistirá sem limitações ou restrições, **por exemplo:**

- Valor da anuidade: R\$ 15.000,00
- (-) Desconto irmão/fidelidade/etc: R\$ 4.200,00
- Parcelamento 12 x R\$ 900,00
- (=) Valor total da NF-e da parcela 1/12: R\$ 900,00

### INADIMPLÊNCIA E A PRESCRIÇÃO

É comum a insistência das instituições em negativar e protestar o inadimplente, todavia, esclarecemos que nem sempre essa mediada é eficaz e satisfatória a pretensão da instituição.

Além das despesas para protesto, muitas esquecem que essas negativas prescrevem em cinco anos, fazendo com que a instituição, além de perder o direito de ação, ou seja, de executar judicialmente, ainda terá despesas para cancelar o protesto.

Em razão disto, alertamos para seguirem a sua previsão contratual de encaminhamento de pendências à cobrança externa no prazo lá definido, para tornar mais efetiva e rápida a possibilidade de recebimento da pendência, sem sequer esperar o final do ano letivo.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como mencionamos, tentamos aqui abordar o máximo de informações possíveis para colaborar com sua instituição para um planejamento antecipado de sua campanha de matrículas para o próximo ano letivo, assim como adiantamos conceito se preocupações corriqueiras e devem permear seus planejamentos estratégicos para próximo ano, mas ficamos à disposição para uma análise mais aprofundada com base em sua realidade.



Duarte Rolim  
Assessoria e Consultoria Jurídica  
Fone: (11) 3227-0744 | (11) 3227-3917  
WhatsApp: (11) 11 98689-0930  
contato@duarterolim.com.br



**GESTÃO CONTÁBIL NÃO É TUDO IGUAL.**  
CONTE COM QUEM ENTENDE DAS REAIS  
NECESSIDADES TRIBUTÁRIAS, FISCAIS E  
CONTÁBEIS DE UMA ESCOLA PRIVADA.

CONHEÇA OS SERVIÇOS DA  
**BW CONTABILIDADE**

Conte com uma  
**Assessoria Contábil**  
com **29 anos de**  
**experiência** no setor  
educacional.



**Assessoria Fiscal e  
Tributária.**



**Assessoria em  
Departamento  
de Pessoal.**



**Assessoria Contábil  
Especializada em  
Instituições de Ensino  
Privado.**

Agende uma visita com o nosso gerente comercial:

**bwcontabilidade.com.br** | **comercial@bwcont.net.br** | **(11) 95851-0850**

*Fatima Regina Bolzan da Silva*  
 Diretora Pedagógica - Colégio Dinâmico

**1 - Quais são os principais desafios enfrentados pelo Colégio Dinâmico em relação à gestão escolar? Como a instituição lida com questões como a evasão escolar, inovação tecnológica e as mudanças no mercado educacional?**

Lidar com estas questões é realmente desafiador, portanto, estamos sempre atentos as demandas trazidas por pais e alunos evitando a evasão escolar. Realizamos acompanhamento individualizado do desempenho dos estudantes, oferecemos atividades extracurriculares, promovemos eventos e ações que incentivem a participação dos alunos. O aluno não apenas é um número em nosso colégio conhecemos as famílias e estamos sempre muito próximos da realidade de cada indivíduo.

A tecnologia tem se mostrado cada vez mais importante na educação, tanto para a melhoria do processo de ensino-aprendizagem quanto para a gestão escolar. Assim para superar esse desafio, investimos em infraestrutura tecnológica, onde todas as salas são equipadas com projetores e lousas digitais, na capacitação dos professores, na adoção de novas metodologias de ensino que utilizem recursos digitais.

O mercado educacional tem passado por mudanças significativas nos últimos anos, com a entrada de novos modelos de ensino e a crescente concorrência entre as escolas particulares. Para nos mantermos competitivos, estamos atentos às tendências e às demandas dos pais e alunos, investimos em estratégias de marketing, aprimoramos a gestão financeira e administrativa que ofereçam diferenciais que agreguem valor à experiência educacional dos alunos.

Em geral, somos flexíveis e adaptáveis para lidar com esses desafios e garantir a qualidade do ensino e a satisfação dos alunos e suas famílias. Isso inclui uma gestão escolar eficiente, investimentos em tecnologia, além de um planejamento estratégico que leve em conta as mudanças no mercado educacional e as necessidades dos alunos e suas famílias.

**2 - Como o Colégio Dinâmico identifica e promove o desenvolvimento profissional de seus colaboradores? Quais são as principais práticas utilizadas para garantir que os professores e demais funcionários estejam sempre atualizados e engajados?**

Para promover o desenvolvimento profissional de nossos professores, utilizamos algumas práticas que podem garantir que os professores e demais funcionários estejam sempre atualizados e engajados:

Oferecemos treinamentos e capacitações para nossos professores e funcionários. Os temas destes encontros são adequados às necessidades identificadas no dia a dia de nossa rotina escolar.

Disponibilizamos recursos educacionais que auxiliam no processo ensino e aprendizagem. Esses recursos podem ser selecionados com base nas necessidades identificadas e são atualizados regularmente.

Fazemos constantes feedback construtivos, permitindo que os colaboradores saibam onde precisam melhorar e como podem fazê-lo.

Proporcionamos um ambiente de trabalho positivo, onde os colaboradores se sintam valorizados e motivados.



FACHADA COLÉGIO DINÂMICO

**3 - Como o Colégio Dinâmico envolve os pais e responsáveis no processo educacional dos alunos? Quais são as principais estratégias utilizadas para manter uma comunicação efetiva e garantir que as famílias estejam sempre informadas e envolvidas?**

Incluir os pais e responsáveis no processo educacional é uma parte importante para garantir o sucesso acadêmico dos alunos. Para que isto aconteça realizamos:

Reuniões regulares com os pais para discutir o progresso acadêmico dos alunos. Essas reuniões podem ser realizadas individualmente ou em grupo e são uma oportunidade para os pais compartilharem suas preocupações e receberem retorno sobre o desempenho acadêmico e socioemocional de seus filhos.

Utilizamos aplicativos de comunicação e plataformas online para manter os pais informados sobre o progresso acadêmico, horários de aula, tarefas e eventos escolares. Temos grupos de envio de comunicados por WhatsApp que entregam as informações escolares na palma da mão dos responsáveis.

Realizamos diversos eventos escolares, como nossa Dinarte, que com um tema gerador envolve todos nossos alunos e famílias, Apresentações Teatrais, Apresentação de Dança, Atividades Esportivas, Festa Junina, entre outros. Esses eventos proporcionam a oportunidade para os pais se encontrarem com outros pais e membros da comunidade escolar, e também mostrarem apoio aos seus filhos.

Enviamos informativos regulares por e-mail, WhatsApp e Sistema, para manter os pais atualizados sobre as atividades escolares, novos projetos, e eventos futuros. Em resumo, manter uma comunicação aberta e frequente com os pais e responsáveis é uma maneira importante de envolvê-los no processo educacional de seus filhos e garantir que estejam sempre informados e envolvidos. Para nós essas estratégias, podem construir uma forte parceria com os pais para apoiar o sucesso acadêmico dos alunos.

**4 - Quais são as perspectivas do Colégio Dinâmico para o próximo semestre?**

Nossas perspectivas são de continuar a desenvolver um trabalho sério e comprometido com uma educação de alta qualidade, que traga aos nossos alunos as devidas condições para estarem integrados a sociedade em que vivem. Além de desenvolvermos os conteúdos em prol do aprimoramento cognitivo, também realizamos atividades socioemocionais, para que todos dominem as habilidades de viver em sociedade. E os preparem para transformarem a partir de si, uma sociedade mais justa e igualitária.



FACHADA COLÉGIO DINÂMICO



Unidade I - Colégio Dinâmico  
R. Alfavaca, 109 - Sítio Pinheirinho - SP  
Telefone: (11) 2115 4488 | (11) 2115-4487

Unidade II - Colégio Dinâmico  
R. Giuseppe Fioravante Giglio, 121 - Sítio Pinheirinho - SP  
Telefone: (11) 2911 1788

JULIU'S BUSINESS FINANCIAL CONSULTING

# DIAGNÓSTICO ECONÔMICO E FINANCEIRO

## PARA ESCOLAS PARTICULARES



LEVANTAMENTO DE  
INFORMAÇÕES



MODELOS  
DE ANÁLISE



PESQUISA  
DE DADOS



(11) 98195-8662



JULIO@JULIUSAUDITING.COM



CONSULTORIA.ESCOLAR

# QUAL A DURAÇÃO DO BENEFÍCIO DE PENSÃO POR MORTE?

POR DR. ANSELMO TEIXEIRA

A duração do benefício de pensão por morte é definida pelo art. 77, §2º e inciso V, da Lei 8.213/91, sendo que após o advento da Lei nº 13.135/2015 e, mais recentemente, em 2021 (em razão da Portaria ME n. 424/2020), passou a ter duração máxima variável, conforme idade e tipo do beneficiário. Sendo assim, a cessação da cota individual relativo ao próprio pensionista, para o filho, a pessoa a ele equiparada ou o irmão, de ambos os sexos, cessará seguindo o seguinte regramento do §2º, incisos de I a IV, do art. 77 da Lei 8.213/91, conforme segue:

*Art. 77, §2º. O direito à percepção da cota individual cessará: I – pela morte do pensionista; II – para o filho, a pessoa a ele equiparada ou o irmão, de ambos os sexos, ao completar vinte e um anos de idade, salvo se for inválido ou tiver deficiência intelectual ou mental ou deficiência grave; III – para filho ou irmão inválido, pela cessação da invalidez; IV – para filho ou irmão que tenha deficiência intelectual ou mental ou deficiência grave, pelo afastamento da deficiência, nos termos do regulamento;*

Confira a tabela explicativa abaixo:

PELA MORTE DO PENSIONISTA	IMEDIATAMENTE
PARA O FILHO, A PESSOA A ELE EQUIPARADA OU O IRMÃO, DE AMBOS OS SEXOS, SALVO SE FOR INVÁLIDO OU TIVER DEFICIÊNCIA INTELECTUAL OU MENTAL OU DEFICIÊNCIA GRAVE	AO COMPLETAR VINTE E UM ANOS DE IDADE
PARA FILHO OU IRMÃO INVÁLIDO PELA CESSAÇÃO DA INVALIDEZ	PELA CESSAÇÃO DA INVALIDEZ
PARA FILHO OU IRMÃO QUE TENHA DEFICIÊNCIA INTELECTUAL OU MENTAL OU DEFICIÊNCIA GRAVE	PELO AFASTAMENTO DA DEFICIÊNCIA, NOS TERMOS DO REGULAMENTO

Quanto à duração do benefício de pensão por morte relativo ao cônjuge ou companheiro, cessará seguindo o seguinte regramento do §2º, inciso V, do art. 77 da Lei 8.213/91, conforme segue:

*V - para cônjuge ou companheiro: (Incluído pela Lei nº 13.135, de 2015)*

*a) se inválido ou com deficiência, pela cessação da invalidez ou pelo afastamento da deficiência, respeitados os períodos mínimos decorrentes da aplicação das alíneas "b" e "c";*

*b) em 4 (quatro) meses, se o óbito ocorrer sem que o segurado tenha vertido 18 (dezoito) contribuições mensais ou se o casamento ou a união estável tiverem sido iniciados em menos de 2 (dois) anos antes do óbito do segurado;*

*c) transcorridos os seguintes períodos, estabelecidos de acordo com a idade do beneficiário na data de óbito do segurado, se o óbito ocorrer depois de vertidas 18 (dezoito) contribuições mensais e pelo menos 2 (dois) anos após o início do casamento ou da união estável:*

*1) 3 (três) anos, com menos de 21 (vinte e um) anos de idade;*

*2) 6 (seis) anos, entre 21 (vinte e um) e 26 (vinte e seis) anos de idade;*

*3) 10 (dez) anos, entre 27 (vinte e sete) e 29 (vinte e nove) anos de idade;*

*4) 15 (quinze) anos, entre 30 (trinta) e 40 (quarenta) anos de idade;*

*5) 20 (vinte) anos, entre 41 (quarenta e um) e 43 (quarenta e três) anos de idade;*

*6) vitalícia, com 44 (quarenta e quatro) ou mais anos de idade.*

Confira a tabela explicativa abaixo:

SE O ÓBITO OCORRER SEM QUE O SEGURADO TENHA VERTIDO 18 (DEZOITO) CONTRIBUIÇÕES MENSAIS OU SE O CASAMENTO OU A UNIÃO ESTÁVEL TIVEREM SIDO INICIADOS EM MENOS DE 2 (DOIS) ANOS ANTES DO ÓBITO DO SEGURADO DURAÇÃO MÁXIMA DO BENEFÍCIO OU COTA	
DURAÇÃO MÁXIMA DO BENEFÍCIO OU COTA	4 (QUATRO) MESES

POR DR. ANSELMO TEIXEIRA

SE O ÓBITO OCORRER DEPOIS DE VERTIDAS 18 (DEZOITO) CONTRIBUIÇÕES MENSAIS E PELO MENOS 2 (DOIS) ANOS APÓS O INÍCIO DO CASAMENTO OU DA UNIÃO ESTÁVEL	
IDADE DO DEPENDENTE NA DATA DO ÓBITO	DURAÇÃO MÁXIMA DO BENEFÍCIO OU COTA
MENOS DE 21 (VINTE E UM) ANOS	3 (TRÊS) ANOS
ENTRE 21 (VINTE E UM) E 26 (VINTE E SEIS) ANOS	6 (SEIS) ANOS
ENTRE 27 (VINTE E SETE) E 29 (VINTE E NOVE) ANOS	10 (DEZ) ANOS
ENTRE 30 (TRINTA) E 40 (QUARENTA) ANOS	15 (QUINZE) ANOS
ENTRE 41 (QUARENTA E UM) E 43 (QUARENTA E TRÊS) ANOS	20 (VINTE) ANOS
A PARTIR DE 44 (QUARENTA EQUATRO) ANOS	VITALÍCIO

Saliente-se ainda que a pensão por morte pode ser cancelada quando for constata fraude ou simulação de casamento ou união estável, conforme disposto no art. 74, §2º, da Lei 8.213/91:

Art. 74, § 2º. Perde o direito à pensão por morte o cônjuge, o companheiro ou a companheira se comprovada, a qualquer tempo, simulação ou fraude no casamento ou na união estável, ou a formalização desses com o fim exclusivo de constituir benefício previdenciário, apuradas em processo judicial no qual será assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa.



Direito Previdenciário, Direito Trabalhista,  
Direito da Família e Direito Civil.

Fone: (11) 2703-6181  
WhatsApp: (11) 97351-8755  
anselmoadv@advogadosteixeira.com.br



## **BW CONTABILIDADE**

### **ASSESSORIA EM DEPARTAMENTO DE PESSOAL VOLTADA PARA FOLHA DE PAGAMENTO.**

Veja alguns dos serviços que oferecemos para que a sua Instituição de Ensino exerça o controle efetivo da Folha de Pagamento:

#### **▶ PROCESSOS E ROTINAS**

- Homologação de Empregados.
- e-Social.
- Folha de pagamentos por seção e departamento (homologadas pelos órgãos de classe).
- DIRF, RAIS, informe de rendimentos aos empregados.
- DCTFWEB, FGTS, IRRF e Taxas Sindicais.

#### **▶ APOIO À GESTÃO**

- Monitoramento de toda situação trabalhista e previdenciária da escola.
- Compatibilização da política de RH das escolas com as exigências legais.

---

Agende uma visita com o nosso gerente comercial:

**bwcontabilidade.com.br** | **comercial@bwcont.net.br** | **(11) 95851-0850**



## A ESCOLA COMO UM NOVO LUGAR NO MUNDO

POR DRA. JULIANA FAZOLARO

O primeiro lugar que a criança conhece é quentinho, aconchegante e acolhedor: o útero materno. Lá, iniciam-se as descobertas de sensações e conexões com alguém. Ao nascer, este bebê é recebido no mundo, em seu lar, na família. Tal situação é bem estressante porque tudo estava tão bom lá na barriga da mamãe, que é difícil considerar uma boa razão pra mexer em "time que está ganhando".

Aos poucos o colo passa a ser conhecido, o peito, o beijo, o cheiro. É, parece ter valido à pena esperar por tanto. Com os passar do tempo as trocam iniciam; olhares, sorrisos, conversas. E o mundo começa a se desdobrar em um lugar seguro, protegido, amoroso. Aquele lugar em que a criança conhece pela primeira vez o cuidado, a reciprocidade, o afeto. Este núcleo é chamado família, independente de como ela se forma.

Entretanto, depois de 2 ou 3 verões, a criança começa a manifestar um desejo por mais. Ela quer mais espaço, mais gente, mais descobertas. A família começa a se deparar com suas limitações, porque é isso, todo espaço tem seu papel e seu tamanho na vida criança.

Sendo assim, a vida abre um portão colorido, com gente sorridente e animada: a escola! Lá a criança inicia seu primeiro contato com o mundo externo. Aquele mundo mais desafiador do que os anteriores, em que muitas são as vozes, os estímulos, as pessoas.

Pela primeira vez ela entra em contato com crianças não familiares, gente do seu tamanho, mas com origem e jeito diferente. Na escola ela percebe as reais diferenças que existem no mundo e o quanto pode-se aprender com o novo.

Na escola a criança será convidada a experimentar seus medos, frustrações, inseguranças - condições necessárias para o reconhecimento. Mas também terá o prazer de brincar, aprender e conhecer pessoas especiais: o primeiro melhor amigo e a primeira professora. Estes são inesquecíveis.

A escola é tão importante para a formação de alguém, que alguma famílias acabam confundindo os papéis. É uma nova parceria que inicia-se para desenvolver pessoas gentis, amorosas, respeitosas.

Entretanto se a criança será sociável o suficiente para isso tudo acontecer, é com estímulo da família. É diálogo e troca o tempo todo: família, escola e criança. Porque ninguém dá conta sozinho, porque somos melhores e mais fortes quando nos unimos com um objetivo maior e sublime.

Na escola, os primeiros sinais de atenção costumam aparecer, tais como: dificuldades de linguagem, de desenvolvimento, imaturidade emocional.

Ali a criança recebe um outro olhar, que pode sinalizar quando algo não está bem. Por isso é tão precioso ter profissionais parceiros por perto. Seja para dialogar com o educador, seja para acolher a família. Porque uma andorinha só não faz verão, e todos nós gostamos de dias com arco-íris no céu.

Quando a criança vem para o mundo, precisamos, necessariamente, dar todo o suporte para que ela fortaleça suas asas antes de alçar seus voos.

Cada um em seu papel, porém unidos por algo maior.

Reforçar o time é desejar o melhor para sua criança, entendendo o desafio desta missão.



**Juliana Fazolaro**

Mãe de 3 e Psicóloga Clínica, com especialização em Famílias pela Universidade Federal de São Paulo.

Co-idealizadora do projeto "Uma pausa pra mim", voltado para ações de prevenção, cuidado e promoção de saúde mental.

CRP/SP. 06/103754  
[www.umapausapramim.com.br](http://www.umapausapramim.com.br)



# UTILIZANDO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA POTENCIALIZAR O MARKETING ESCOLAR E CAPTAR ALUNOS

POR ANDRÉ ALVES

A área da educação está em constante evolução, e os gestores de escolas precisam acompanhar as novas tendências para se manterem competitivos no mercado. Com a crescente adoção da inteligência artificial (IA) em diversos setores, surge uma oportunidade única para os gestores escolares utilizarem essa tecnologia para potencializar suas ações de marketing e captar alunos.

Neste artigo, exploraremos como a IA pode impulsionar o marketing escolar, aumentando a eficácia das estratégias de captação de alunos.

## Entendendo a Inteligência Artificial

Antes de mergulharmos nas aplicações específicas da IA no marketing escolar, é importante entender o conceito dessa tecnologia. A IA refere-se a sistemas e máquinas que podem realizar tarefas que normalmente exigiriam inteligência humana.

Ela engloba diferentes técnicas, como aprendizado de máquina, processamento de linguagem natural e redes neurais, que permitem que os sistemas aprendam, tomem decisões e executem tarefas complexas.

**Associado ABF** | **ABF** ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUÍAS

**COLÉGIO FORÇA MÁXIMA**

SEJA BEM-VINDO AO JEITO FORÇA MÁXIMA DE ENSINAR

- APROVAÇÃO**  
QUALIDADE PEDAGÓGICA, VALIDADA E APROVADA POR NOSSOS CLIENTES, ALÉM DE DIFERENCIAIS EXCLUSIVOS
- MARCA FORTE**  
MARCA CONSOLIDADA NO MERCADO, COM VASTA PENETRAÇÃO E COMUNICAÇÃO CONSTANTE
- PRESEÇA**  
TREINAMENTO E SUPORTE CONSTANTES PARA TODAS AS ÁREAS DA OPERAÇÃO

**A EDUCAÇÃO É UM MERCADO QUE CRESCE TODOS OS DIAS E OS INVESTIMENTOS NELA TAMBÉM!**

Venha fazer parte de um negócio com faturamento de mais de **R\$ 300.000,00 mensais** com rápido retorno e amplo cenário de crescimento.

**ENTRE EM CONATO**  
[WWW.COLEGIOFORCAMAXIMA.COM.BR/FRANQUIA](http://WWW.COLEGIOFORCAMAXIMA.COM.BR/FRANQUIA)

**VENHA SER UM FRANQUEADO DO COLÉGIO FORÇA MÁXIMA!**

Saiba mais  
Acesse via QR code

## Personalização e Recomendação

Uma das principais vantagens da IA no marketing escolar é a capacidade de personalizar a experiência do aluno em potencial. Com a coleta e análise de dados, as escolas podem entender melhor as preferências, interesses e necessidades dos alunos, oferecendo informações relevantes e personalizadas. Algoritmos de recomendação podem sugerir cursos, programas extracurriculares e eventos com base nos interesses individuais, aumentando a probabilidade de conversão.

## Chatbots Inteligentes

Outra aplicação da IA no marketing escolar é a utilização de chatbots inteligentes. Esses assistentes virtuais podem ser implementados nos sites das escolas ou em aplicativos de mensagens, oferecendo suporte imediato e personalizado aos potenciais alunos. Os chatbots podem responder a perguntas frequentes, fornecer informações sobre o currículo escolar, os programas oferecidos, horários e mensalidades, além de agendar visitas e entrevistas.

## Análise Preditiva

A análise preditiva é uma técnica que utiliza a IA para prever comportamentos futuros com base em dados históricos. No contexto do marketing escolar, ela pode ser utilizada para identificar quais alunos têm maior probabilidade de se matricularem em determinada escola, permitindo direcionar os esforços de marketing de forma mais eficiente.

Além disso, a análise preditiva pode auxiliar na identificação de tendências de mercado e na previsão de demanda para planejamento estratégico.

## Automação de Marketing

A IA também pode desempenhar um papel crucial na automação de marketing para escolas. Por meio de algoritmos de aprendizado de máquina, é possível analisar dados de comportamento e interação dos alunos em potencial, automatizando o envio de mensagens personalizadas e relevantes. Isso permite uma comunicação mais eficaz, aumentando o engajamento e a conversão.

## Monitoramento de Mídias Sociais

As mídias sociais desempenham um papel cada vez mais importante no marketing escolar. A IA pode ser usada para monitorar e analisar o sentimento dos usuários em relação à escola, identificando oportunidades de melhoria e detectando eventuais problemas.

É essencial que os gestores de escolas considerem seriamente a incorporação da inteligência artificial em suas estratégias de marketing para se destacarem em um mercado cada vez mais competitivo.



SOLUÇÕES DE MARKETING ESTRATÉGICO

(11) 98948-7944  
andre@linkys.com.br





**Conecte-se com a BW Contabilidade**



**@bwcontabilidade**

**(11) 3554-2960**



**[bwcontabilidade.com.br](http://bwcontabilidade.com.br)**



 **Rua Conselheiro Nébias, 1215/1217 - Campos Elíseos São Paulo - SP**