

Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

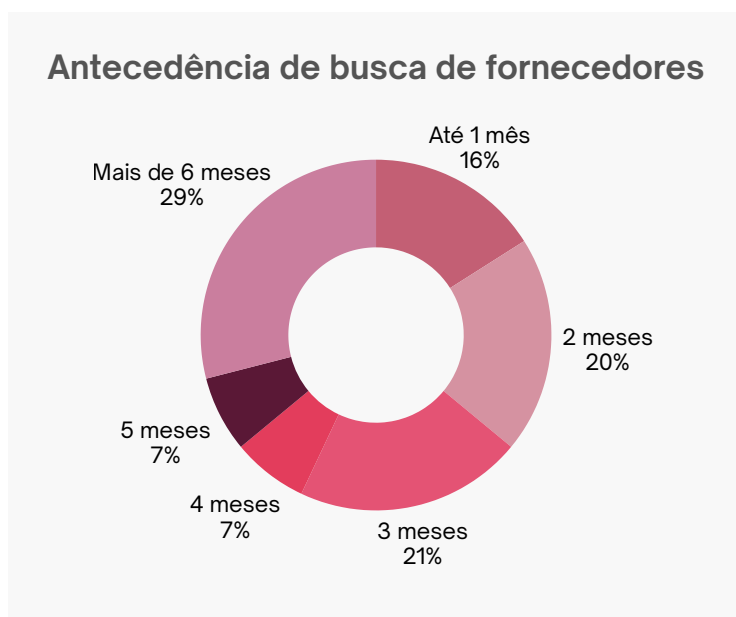
Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

Para compreender como as instituições de ensino pesquisam, avaliam e contratam **fornecedores de produtos e serviços**, a SchoolAdvisor realizou uma pesquisa com **92 gestores, mantenedores e decisores de escolas privadas**.

O estudo revela os **critérios que mais influenciam** a tomada de decisão e os desafios enfrentados pelas equipes escolares.

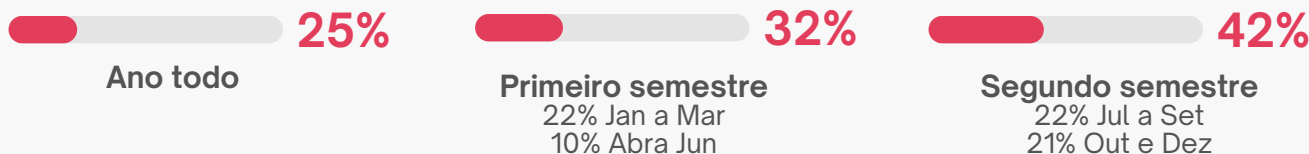
Confira os principais insights da pesquisa.

Escola não compra por impulso: metade das escolas começa a pesquisar fornecedores pelo menos 3 meses antes, e quase um terço (29%) se antecipa em mais de um semestre.



A pesquisa também revela que o segundo semestre é o período de **maior abertura para novas contratações**, citado por 42% das escolas. O dado sugere que grande parte do planejamento orçamentário e das decisões de investimento acontece nesse momento do ano.

Quando as escolas estão **mais abertas** à contratação de fornecedores

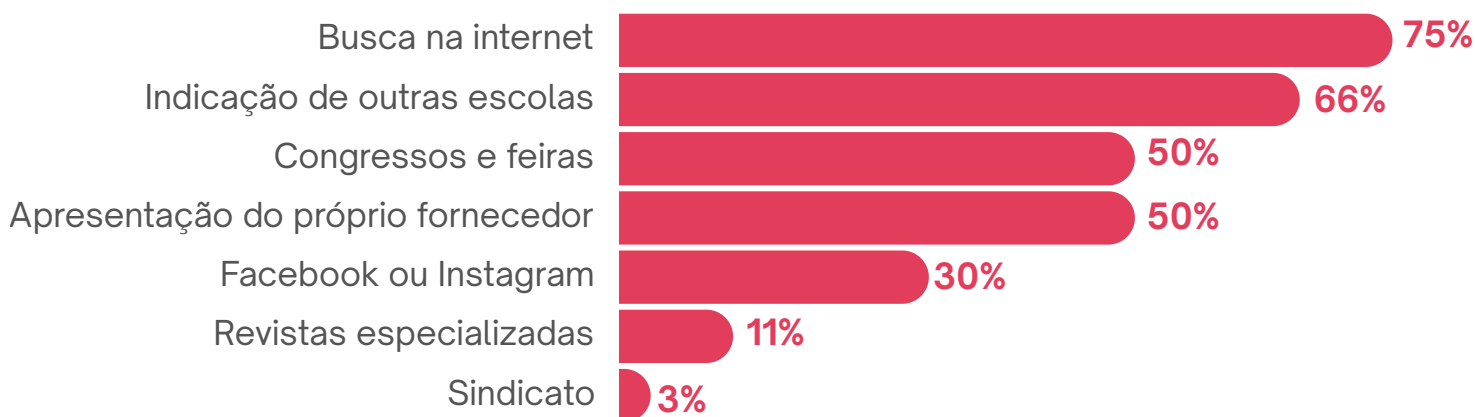


Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

Quando precisam **buscar novos fornecedores**, os decisores escolares recorrem principalmente ao Google (75%), consolidando a internet como o principal ponto de partida da jornada de compra. No entanto, os dados mostram que a decisão não ocorre apenas no digital: a indicação de outras escolas (66%) e a participação em feiras e congressos (50%) aparecem como fontes de informação relevantes, evidenciando a força da **reputação** e do **relacionamento** no mercado educacional.

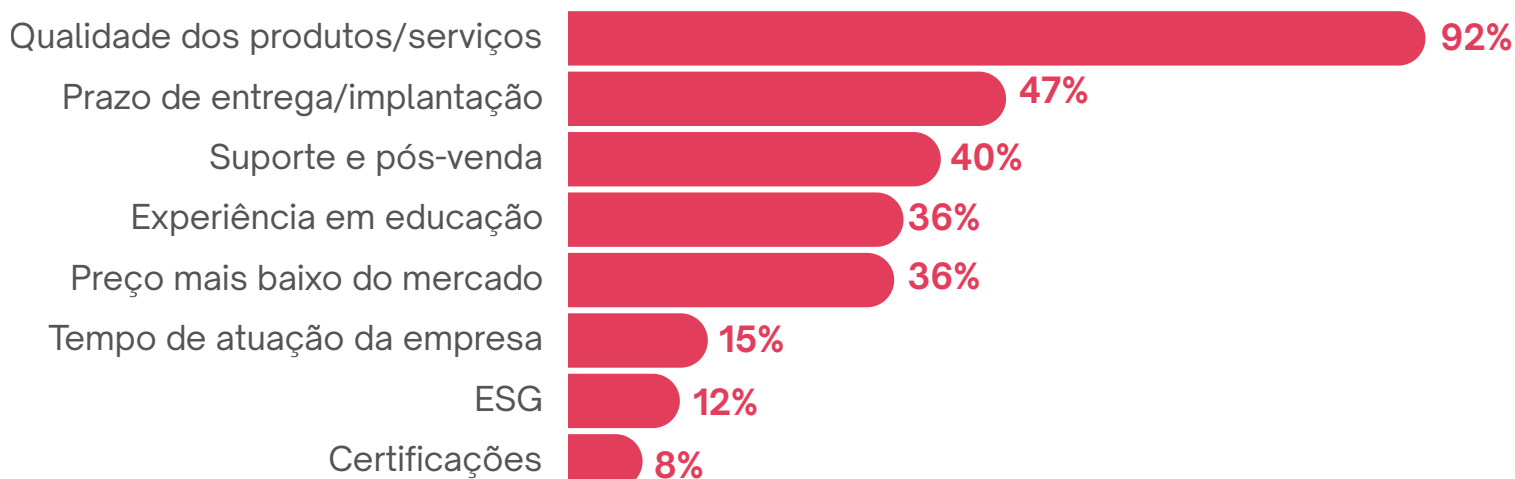
Principais canais de busca fornecedores



A pesquisa também mostra que a **qualidade do produto ou serviço** é o fator mais determinante na escolha de um fornecedor (92%).

Os dados indicam que as escolas priorizam segurança, confiabilidade e capacidade de execução. Mais do que encontrar a opção mais barata, os gestores buscam parceiros capazes de atender às necessidades da instituição **sem gerar impactos negativos na operação**.

Principais critérios utilizados para avaliar potenciais fornecedores

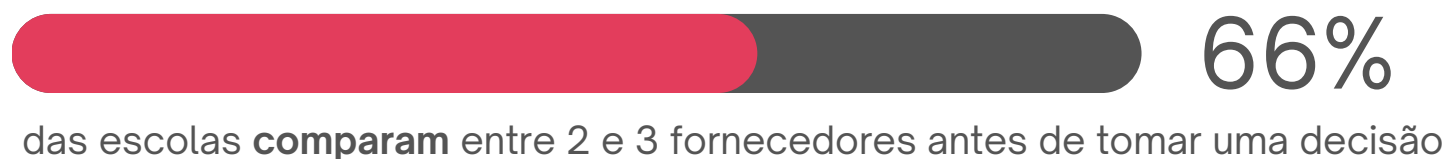


Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

A contratação de fornecedores pelas escolas é marcada por um **processo estruturado de comparação**. A maioria das instituições (66%) avalia entre dois e três fornecedores antes de tomar uma decisão, enquanto 30% ampliam essa análise para quatro ou cinco empresas.

Esse cenário revela um **mercado competitivo**, no qual dificilmente uma proposta é avaliada de forma isolada.

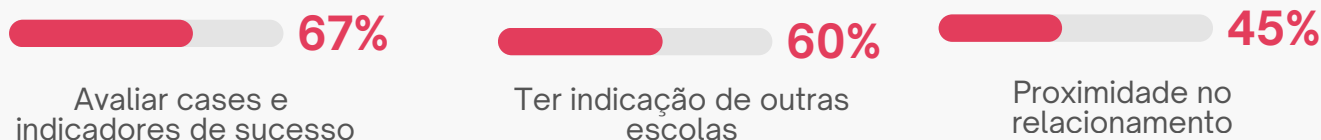


Ao escolher entre os fornecedores avaliados, **cases de sucesso e resultados comprovados** são apontados por 67% dos respondentes como os elementos mais eficazes para apoiar a tomada de decisão. A **proximidade no relacionamento** (45%) também exerce papel relevante, reforçando a importância da confiança e da capacidade do fornecedor de compreender a realidade da escola.

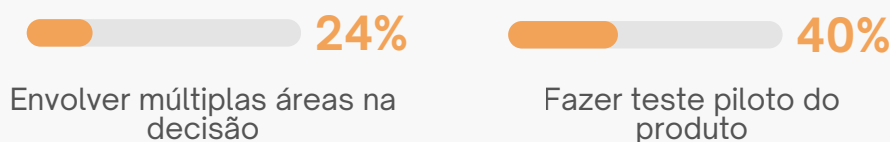
Por outro lado, iniciativas como **fazer testes piloto** (40%) ou a **envolver múltiplas áreas na decisão** (24%) aparecem com menor impacto.

Os dados sugerem que as escolas **valorizam mais** a combinação entre provas concretas de resultados e relacionamentos de confiança do que processos de avaliação complexos ou burocráticos.

Práticas **mais eficazes** para comparar fornecedores



Práticas **menos eficazes** para comparar fornecedores



Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

Quando questionadas sobre os fatores que terão maior relevância na escolha de fornecedores nos próximos anos, as escolas apontaram o **atendimento humanizado** (24%) como o principal elemento de diferenciação, superando a **Inteligência Artificial** (21%).

O dado sugere que, embora a tecnologia continue sendo importante para aumentar eficiência e gerar inovação, ela **não substitui** a necessidade de relacionamento próximo e suporte de qualidade. Os gestores valorizam parceiros capazes de **compreender seus desafios, oferecer atendimento ágil e construir relações de confiança** ao longo do tempo.

Característica que será **mais valorizada** ao contratar fornecedores nos próximos anos



Quando o assunto é **abordagem no primeiro contato**, a pesquisa mostra que a preferência dos gestores escolares está concentrada em canais que oferecem flexibilidade para a comunicação: e-mail (50%) e WhatsApp (45%). Abordagens por telefone são menos valorizadas, sendo apontadas por apenas 3% dos respondentes. O LinkedIn aparece com relevância ainda menor, citado por apenas 2%.

Isso significa que os profissionais das escolas valorizam a possibilidade de analisar propostas e responder no **momento mais conveniente**, sem interrupções na rotina de trabalho.

Comunicações objetivas, personalizadas e enviadas pelos canais preferidos dos gestores tendem a gerar **maior receptividade e melhores resultados comerciais**.

Canais que preferem ser abordados no primeiro contato

Outros

45% WhatsApp

50% E-mail

Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

Entre os **erros cometidos por fornecedores** mais citados pelos respondentes, estão o envio de **propostas genéricas**, sem conexão com a realidade da instituição (44%), e a **insistência excessiva** para acelerar o fechamento da venda (31%). Esses comportamentos **comprometem a confiança** na empresa e podem encerrar uma oportunidade comercial antes mesmo que ela seja devidamente avaliada.

Os resultados reforçam que o primeiro contato deve ser **orientado pela compreensão das necessidades da escola**. Antes de apresentar uma solução, é fundamental demonstrar conhecimento sobre os desafios da instituição e evidenciar como o produto ou serviço pode contribuir para resolvê-los.

3 principais erros que fornecedores cometem ao tentar vender para escolas



44% fazer **propostas genéricas**



31% **pressionar demais** pela venda

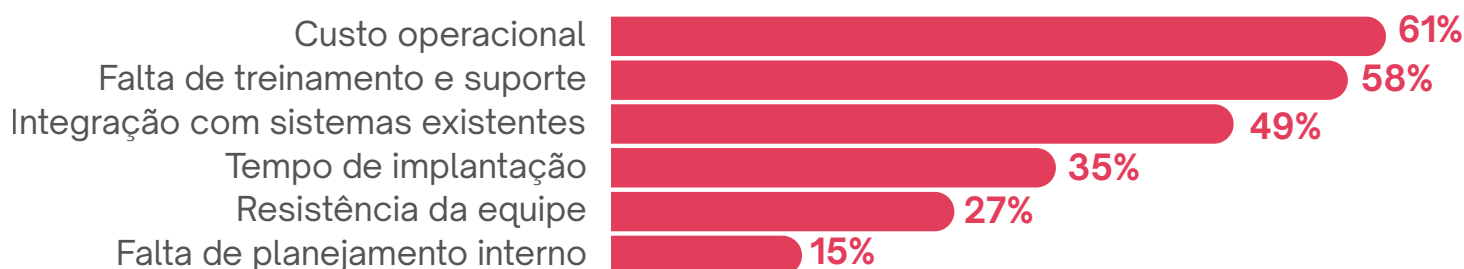


20% prometer **mais do que entregam**

Para as escolas, tão importante quanto a qualidade da solução é a capacidade do fornecedor de garantir uma **implementação simples, bem estruturada e acompanhada de** suporte contínuo.

Mais do que vender funcionalidades, é necessário que os fornecedores demonstrem como a solução será incorporada à rotina da escola, quais recursos de treinamento estarão disponíveis e como a equipe será apoiada ao longo da jornada. Em um ambiente com equipes frequentemente sobrecarregadas, a **facilidade de adoção** e o **suporte pós-venda** podem ser tão decisivos quanto o próprio produto.

Fatores mais **dificultam** a implementação de novos fornecedores na escola

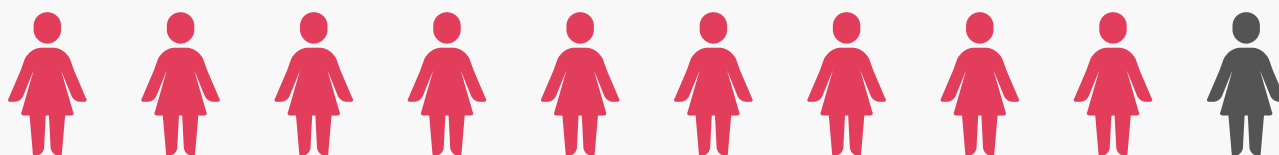


Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

A decisão de contratação nas escolas é **altamente concentrada na liderança**. Em 90% dos casos, a direção participa ativamente da escolha do fornecedor. Entre esses, 25% das instituições, a decisão é tomada exclusivamente pelo diretor.

9 em cada 10 pessoas



afirma que a **direção escolar** tem muita ou total participação nas decisões de contratação de fornecedores

Para 72% das escolas, a **falta de suporte** é o principal fator de desgaste no relacionamento com fornecedores.

O dado reforça que manter um **atendimento próximo, responder rapidamente às demandas e garantir o sucesso da implementação** são fatores essenciais para fortalecer a confiança e aumentar as chances de renovação e fidelização.

72% afirma que a falta de atendimento e suporte pós-venda é o que **mais gera desgaste** no relacionamento entre escolas e fornecedores.

Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

O principal diferencial entre os fornecedores, na visão das escolas, é o **entendimento profundo da realidade escolar** (39%), seguido por um **atendimento consultivo e próximo** (23%).

Ou seja, as instituições buscam parceiros capazes de compreender seus desafios, adaptar soluções ao contexto educacional e contribuir efetivamente para seus objetivos. Os fornecedores que se destacam são aqueles que demonstram **conhecimento do dia a dia** das escolas e atuam como **aliados na resolução de problemas**.

O que mais **diferencia** um fornecedor comum de um parceiro estratégico



39% **entendimento profundo** da realidade escolar



23% **atendimento próximo e consultivo**



15% Rapidez na **resolução de problemas**

Entre os temas que mais demandarão atenção das escolas nos próximos dois anos, a **Inteligência Artificial na educação** (71%) aparece como prioridade, praticamente empatada com **saúde emocional e bem-estar** (70%).

O apoio ao desenvolvimento e à **formação dos professores** também surge como uma preocupação importante, citado por 46% dos respondentes.

Quais **tendências** devem ganhar mais força nas escolas nos próximos 2 anos



71% Inteligência Artificial na educação



70% Saúde emocional e bem-estar



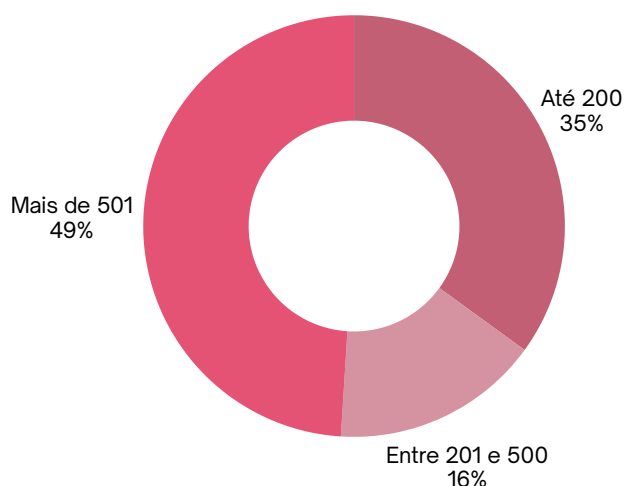
46% Formação continuada de professores

Por dentro da decisão de compra e contratação das Escolas

Pesquisa realizada com 92 profissionais de escolas em 2026

A pesquisa foi conduzida pela **SchoolAdvisor** no mês de maio e junho de 2026, com **92 profissionais de escolas privadas**. Este material é um benefício exclusivo das escolas assinantes e empresas parceiras da SchoolAdvisor. A reprodução total ou parcial, sem autorização prévia, é proibida por lei.

Porte de escola (quantidade de alunos)



Cargos dos respondentes

Base: 92 pessoas



Conheça o Guia para Escolas da SchoolAdvisor

O **Guia para Escolas** é uma plataforma criada para apoiar gestores educacionais na tomada de decisões estratégicas.

- **Conteúdo especializado** para gestores escolares sobre gestão, marketing educacional, tecnologia, captação e retenção de alunos.
- **Conexão** entre escolas e fornecedores, facilitando a busca por soluções em diversas áreas da educação.
- E muito mais!

[Clique aqui para acessar.](#)

