



Estácio

Novembro de 2010

Apresentação Corporativa

Estácio: Breve Histórico

Crescimento orgânico

Consolidação para liderança nacional

Companhia listada

Turn around e preparação para o crescimento futuro

Follow-On

de estudantes ('000)

CAGR

— 2005 – 2007: transformação para entidade com fins lucrativos

— Aquisições em São Paulo

— GP adquire 20% da Estácio

— Estácio entra no Novo Mercado

— Lançamento do ensino à distância

— Novo modelo acadêmico

— Centro de Serviços Compartilhados ("CSC")

— Crescimento orgânico

— Aquisições

— Ganhos de eficiência

— Ensino à distância

218

206

216

23

1,5%

35

41,7%

141

4,8%

178

22,5%

— Completa reestruturação organizacional e da administração

1970 ...

... 80's - 90's ...

... 2002 ...

... 2007

2008

2009

9M010



Nota: Até 2007 o número de estudantes não inclui estudantes de pós-graduação.

Visão Geral da Estácio

Destaques

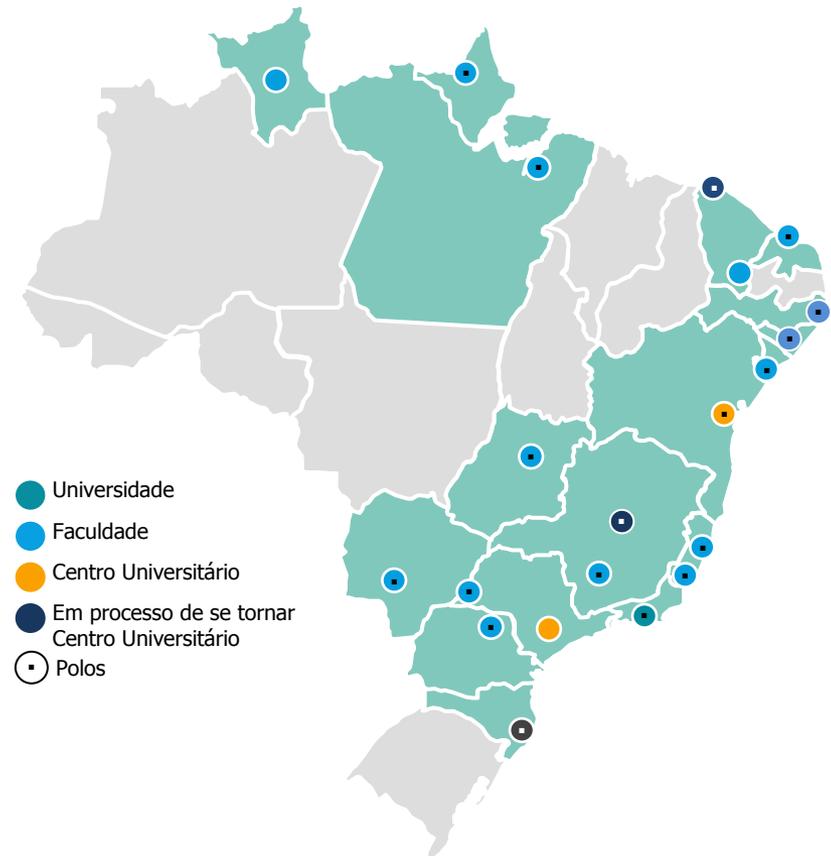
- Maior grupo de ensino superior privado no Brasil
- Posição de liderança no importante e pouco penetrado mercado de adultos trabalhadores
- Portfólio diversificado de programas com qualidade diferenciada e preços competitivos
- Única Companhia brasileira de educação listada no Novo Mercado

Principais Dados

- ◆ **216 mil estudantes**
- ◆ **69 *campi* em 35 grandes cidades no Brasil**
- ◆ **51 centros de ensino à distância**
- ◆ **78 programas**

Atuação Geográfica⁽¹⁾

Operações por todo o país, cobrindo Estados que representam 86% do PIB e 82% da população



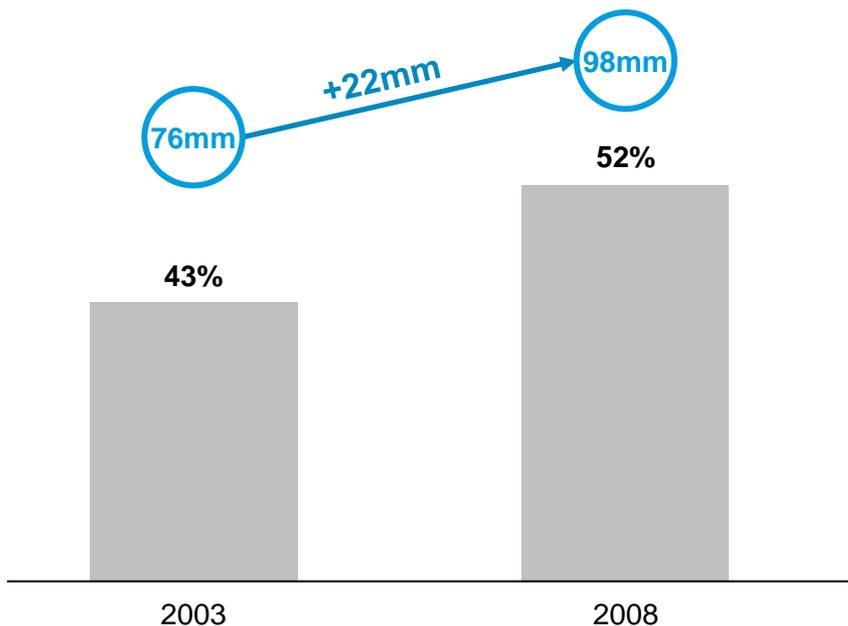
(1) Estácio também detém uma Universidade no Paraguai com - 2,7 mil alunos

Momento de Mercado Atrativo para a Estácio

Expansão da classe C com impacto positivo no poder de consumo e crescente preocupação com educação

Crescente Classe C⁽¹⁾

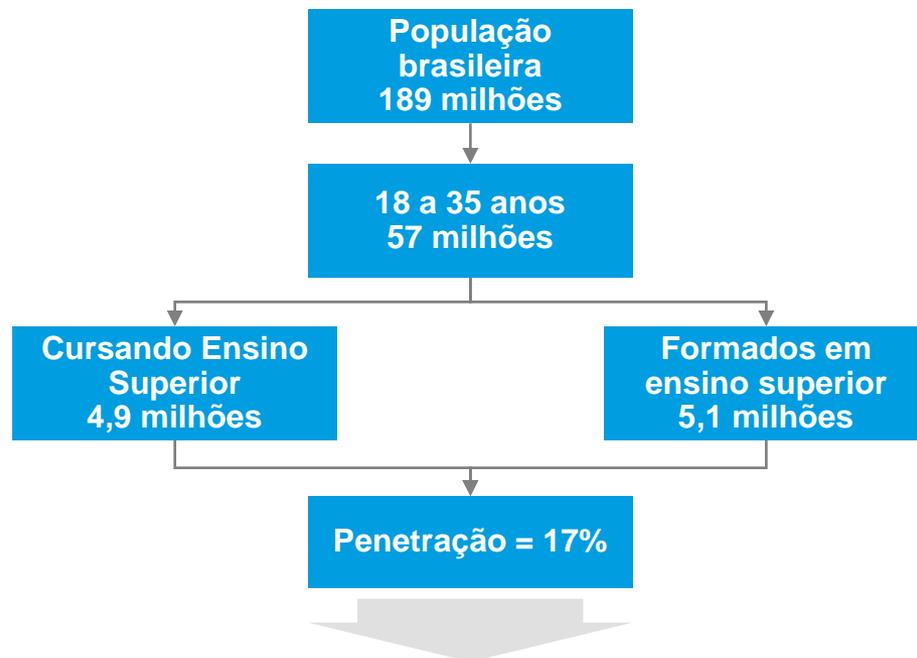
(% das famílias, Abr/03 – Abr/08)



- Crescimento composto anual da renda per capita de 4% desde 1980 e 22 milhões de pessoas ingressaram na classe C nos últimos 5 anos
- De acordo com a FGV, 36 milhões de pessoas ingressarão na classe C nos próximos 4 anos

Nota: (1) Renda das famílias: de R\$1.064 a R\$4.591 por mês
(2) PNAD - IBGE

Foco nas classes média e de menor renda ⁽²⁾



Tamanho do Mercado e Penetração por Segmento

	A Class	B Class	C Class	D&E Classes	Total Mkt
Tamanho do Mercado	2,3	5,7	2,1	0,48	10,6
Penetração	77%	36%	9%	3%	17%
Distribuição por Classe	22%	54%	20%	5%	100%
Mercado Não Penetrado	0,7	10,1	21,2	15,5	47,6
Distribuição por Classe	1%	21%	45%	33%	100%

Público Alvo da Estácio

Estratégia de Criação de Valor



Novo Modelo Acadêmico: Qualidade e Eficiência

Qualidade Diferenciada...

- ◆ 41 cursos atualizados de acordo com as demandas do mercado de trabalho (90% da base de alunos da Estácio)
- ◆ Material didático incluído nas mensalidades
- ◆ Portal do aluno completo
- ◆ Biblioteca online com mais de 2 mil livros

....com Custos Reduzidos

- ◆ Programas integrados com disciplinas compartilhadas
- ◆ 20% de conteúdo à distância nos cursos presenciais
- ◆ 20% de atividades de auto-aprendizagem online

**Maior captação
e retenção de
alunos**

**Aumento da
margem bruta**



**Produtos inovadores e reengenharia com objetivo de
melhorar a qualidade a preços competitivos**

Esforços de Marketing e Vendas

Inteligência de mercado

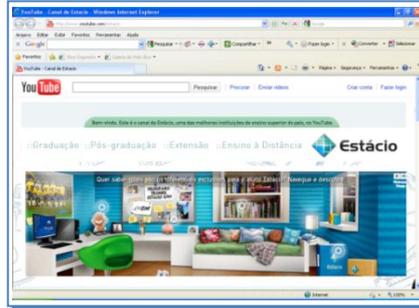
- ◆ Seleção de geografias e alvos importantes para:
 - Novos programas e fontes de receita
 - Novas unidades
 - Aquisições

Força de vendas estruturada

- ◆ Segmentação geográfica e por canal de vendas
- ◆ 7.000 escolas e 2.000 companhias regularmente visitadas para captação de alunos
- ◆ Enfoque de “trade marketing”
- ◆ Planejamento, execução e acompanhamento de todos os ciclos de captação

Branding e publicidade

- ◆ Forte valor da marca no país:
 - ◆ Segunda marca mais valiosa do setor de educação e 48ª no ranking geral, de acordo com a InBrands
- ◆ Novos canais de mídia (redes sociais e *on-line*)



Estácio

A ÚNICA QUE OFERECE MATERIAL DIDÁTICO COMPLETO E SEM CUSTO PARA SEUS ALUNOS*
QUALIDADE DE ENSINO E ECONOMIA PARA VOCÊ

VESTIBULAR: INSCRIÇÕES ABERTAS
PROVA 31/07
www.estacio.br
0800 282 3231

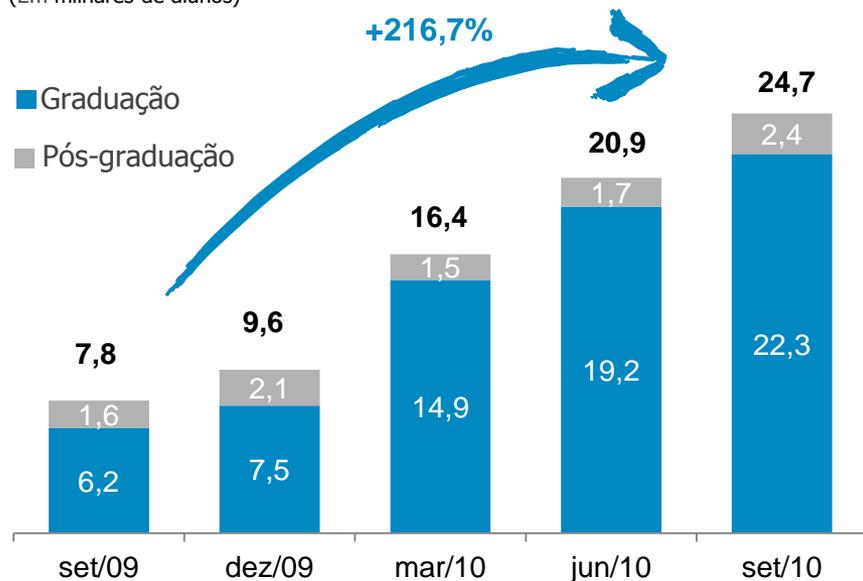
Você recebe a CUSTO ZERO* os fascículos dos melhores livros do mercado

Conheça o novo FIES** - Aproveite sua nota do ENEM* - Inscreva-se no PRONUN
EXISTE UMA **ESTÁCIO** QUE VOCÊ PRECISA CONHECER **MELHOR**

Oportunidades de Crescimento Orgânico

Ensino à distância

(Em milhares de alunos)



- ◆ Produto de qualidade associada a tecnologia e suporte
- ◆ Menor ticket médio: trazendo a classe D para o mercado potencial
- ◆ Sem CAPEX adicional: 51 centros em nossos 69 campi
- ◆ Maior lucratividade



Outras oportunidades de crescimento orgânico

◆ Lançamento de novos programas e cursos

- ◆ Foco em segmentos de alto crescimento de acordo com as necessidades do mercado (por exemplo, cursos para os setores de petróleo e gás, infraestrutura e turismo)

◆ Abertura de novos campi

- ◆ Expansão geográfica

◆ Novas fontes de receita

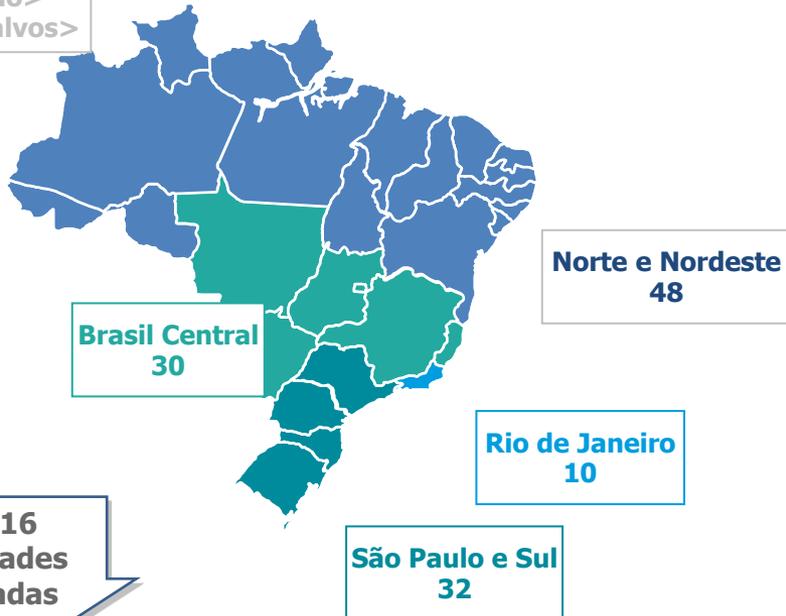
- ◆ Educação corporativa e cursos vocacionais

**Ganhos de participação de mercado;
expansão geográfica e "time to
market"**

Oportunidades de Crescimento de Mercado

M&A

<Região>
<No. de alvos>



2.016
entidades
privadas

- ◆ Instituições com mais de 2.000 alunos por empresa
- ◆ Cidades atrativas
- ◆ Alinhados à estratégia
- ◆ Ativos de qualidade

120

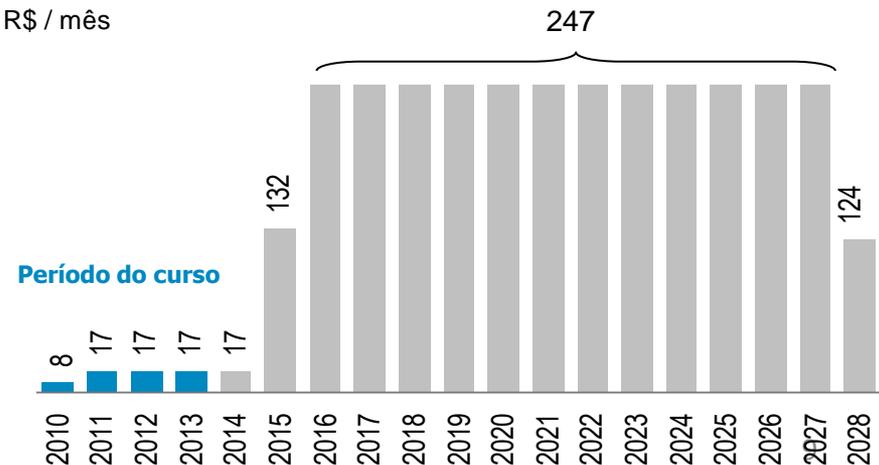
Financiamento estudantil



- ◆ Financiamento de longo prazo para alunos de baixa renda
- ◆ Juros nominais de 3,5% a.a. e prazo de 18 anos para pagamento
- ◆ Sem necessidade de fiador (a partir de 2011)
- ◆ Permite maior penetração das Classes C e D
- ◆ Alunos se tornam mais sensíveis a qualidade e menos sensíveis a preço
- ◆ Menor nível de evasão: atualmente, questões financeiras são o principal motivo de evasão

Exemplo: fluxo de pagamento de financiamento integral pelo FIES de um curso com 4 anos de duração e mensalidade de R\$600,00

R\$ / mês



Ganhos de Eficiência

Custos operacionais mais baixos

1 Reengenharia de produto – novo modelo acadêmico

2 Mais eficiência na alocação de custos para corpo docente: controle e modelo PPC

3 Administração de acordo com cada unidade (DREs individuais e *benchmarking* interno)

Diluição das despesas gerais e administrativas

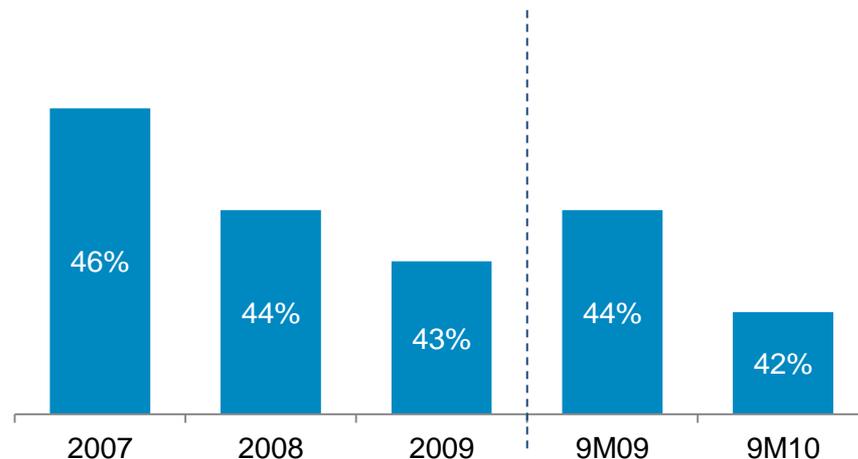
1 Orçamento base zero / orçamento matricial → Forte controle de custos

2 Centralização dos serviços administrativos (CSC) → Escalabilidade

3 Melhor gerenciamento de recebíveis → Redução de PDD

Custo de pessoal (1)

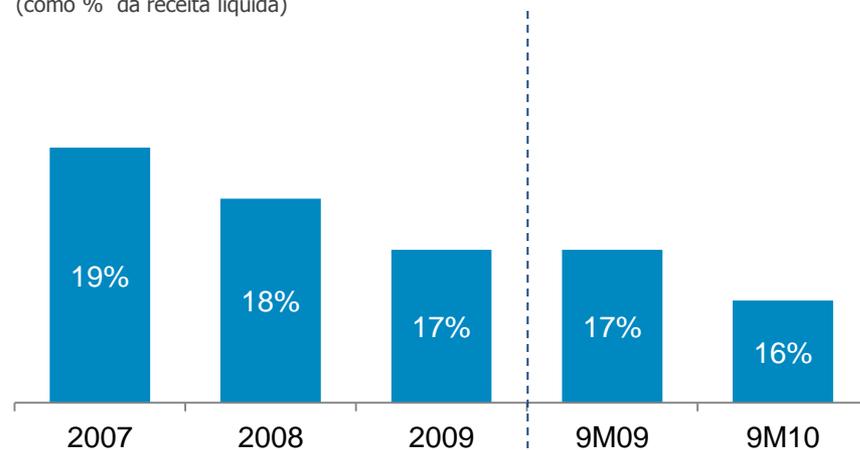
(como % da receita líquida)



(1) Exclui INSS e custos não recorrentes

Despesas gerais e administrativas

(como % da receita líquida)



Cultura de Gestão Orientada por Resultados

A cultura orientada por resultados é essencial para a diferenciação e sustentabilidade de longo prazo do modelo de negócio



Experiência em ensino combinada com experiência em diversos setores



Gestão por “walking around” para garantir execução e disseminação da cultura

- 220 gerentes com metas individuais acompanhadas mensalmente, que determinam sua remuneração variável
- 68 unidades visitadas pelo CEO nos primeiros 18 meses



Opções de compra de ações e remuneração variável alinhadas com os interesses dos acionistas

- Remuneração variável com base no EBITDA para executivos, gerentes e membros do corpo docente
- Opções de compra de ações para 28 executivos sêniores (até 4,5% do capital da Companhia a ser concedido)



Capacidade de atrair e manter novos talentos

- Programas para “trainees” e plano de carreira meritocrático acelerado em todos os níveis



Cultura de desenvolvimento de talentos internos para fins de crescimento autossustentado

- A excelência em talentos humanos em todos os níveis é prioridade máxima

Contatos de RI

Relações com Investidores:

Flávia de Oliveira

E-mail: flavia.oliveira@estacio.br

Telefone: +55 (21) 3311-9789

Fax: +55 (21) 3311-9722

Endereço: Av. Embaixador Abelardo Bueno, 199 – Office Park – 6º andar
CEP: 22.775-040 – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – Brasil

Website: www.estacioparticipacoes.com/ir

Esta apresentação contém considerações futuras referentes às perspectivas do setor e às estimativas de resultados operacionais e financeiros da Estácio Participações. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Companhia em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso ao capital para financiar o plano de negócios da Companhia. Essas considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, estando, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. Somos uma companhia holding cujos únicos ativos são as participações societárias na SESES, STB, SESPA, SESCE, SESPE, SESAL, SESSE, SESAP, UNEC, SESSA e IREP, detendo 99,9% do capital social de cada uma dessas subsidiárias. Considerando que a Empresa foi constituída em 31 de março de 2007, apresentamos, somente para fins de comparação, as informações pro forma não auditadas relativas aos três primeiros meses de 2007, como se a Empresa tivesse sido constituída em 1º janeiro de 2007. Adicionalmente, as informações foram apresentadas ajustadas para refletir o pagamento de impostos na SESES, nossa maior subsidiária, a qual, a partir de fevereiro de 2007, com sua transformação em sociedade empresarial com fins lucrativos, passou a se sujeitar às regras de tributação aplicáveis às demais subsidiárias, ressalvadas as isenções decorrentes do Programa Universidade para Todos ("PROUNI"). As informações apresentadas para fins comparativos não devem ser tomadas por base para fins de cálculos de dividendos, de impostos ou para quaisquer outros fins societários.