



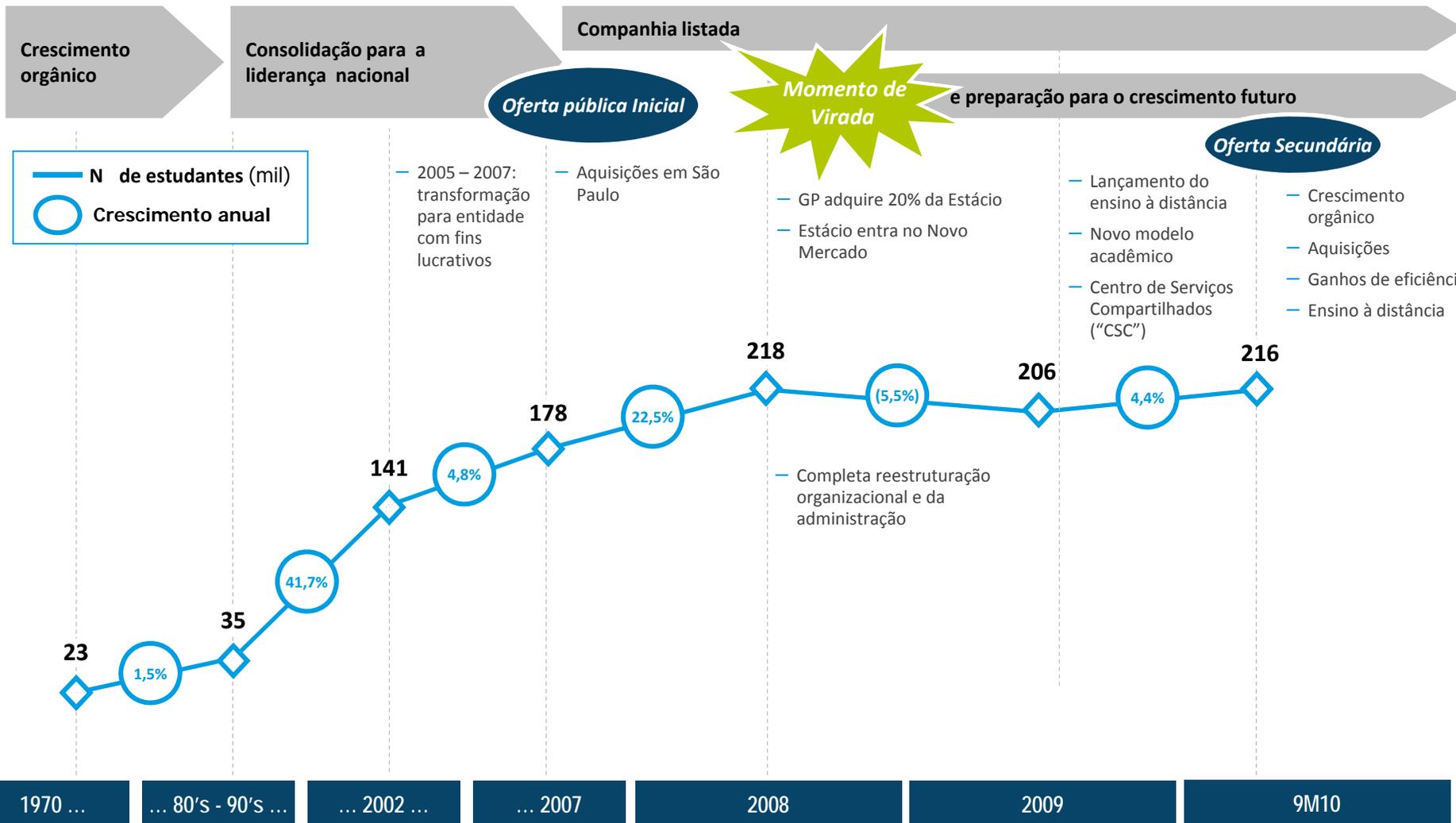
Estácio

APRESENTAÇÃO APIMEC

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Dezembro, 2010

ESTÁCIO: BREVE HISTÓRICO



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

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

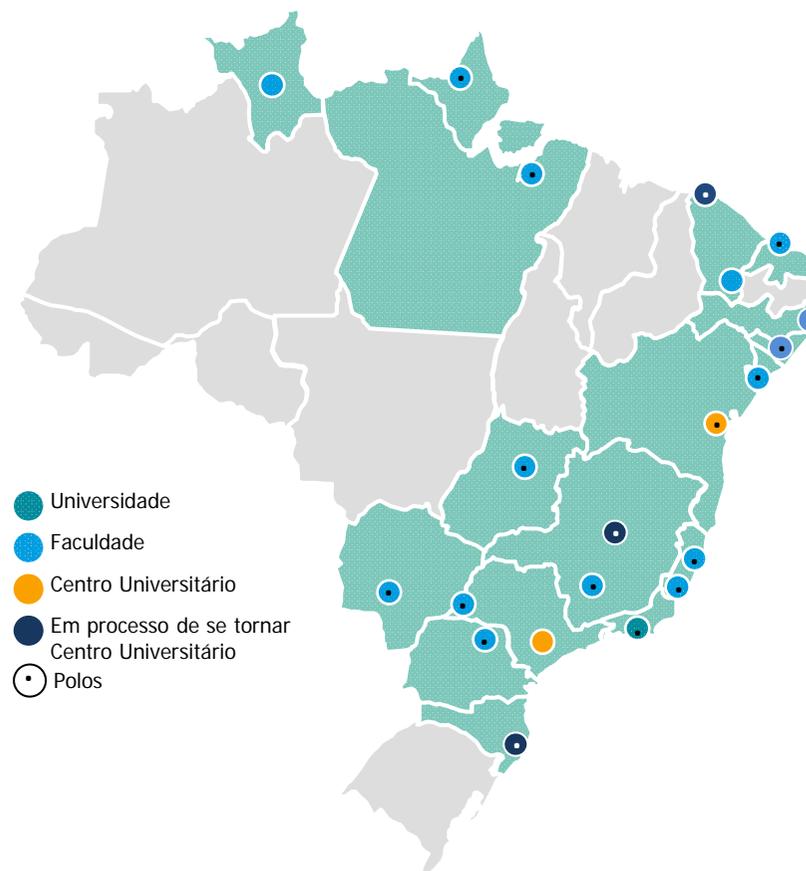
PRINCIPAIS DADOS

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

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

ATUAÇÃO GEOGRÁFICA¹

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



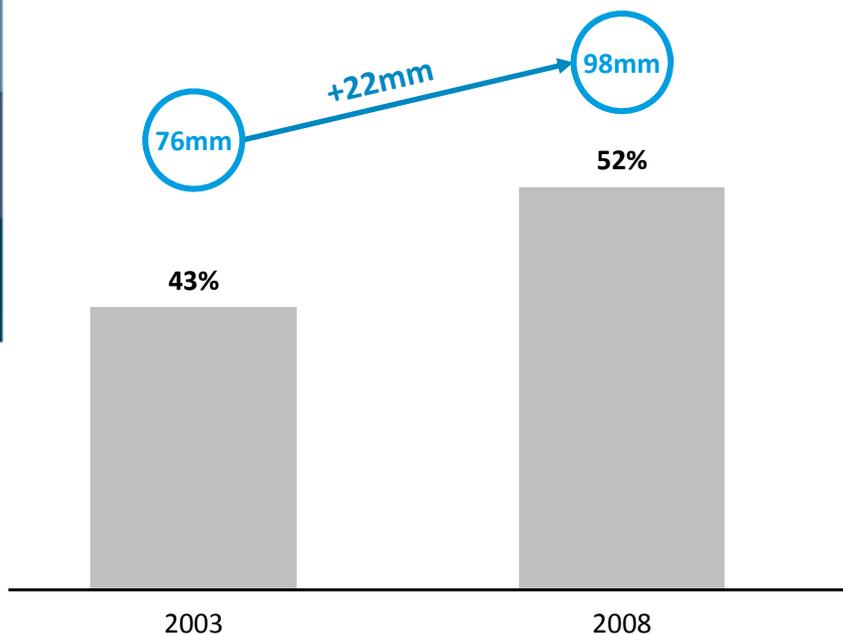
MOMENTO DE MERCADO ATRATIVO PARA A ESTÁCIO



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

CRESCENTE CLASSE C¹

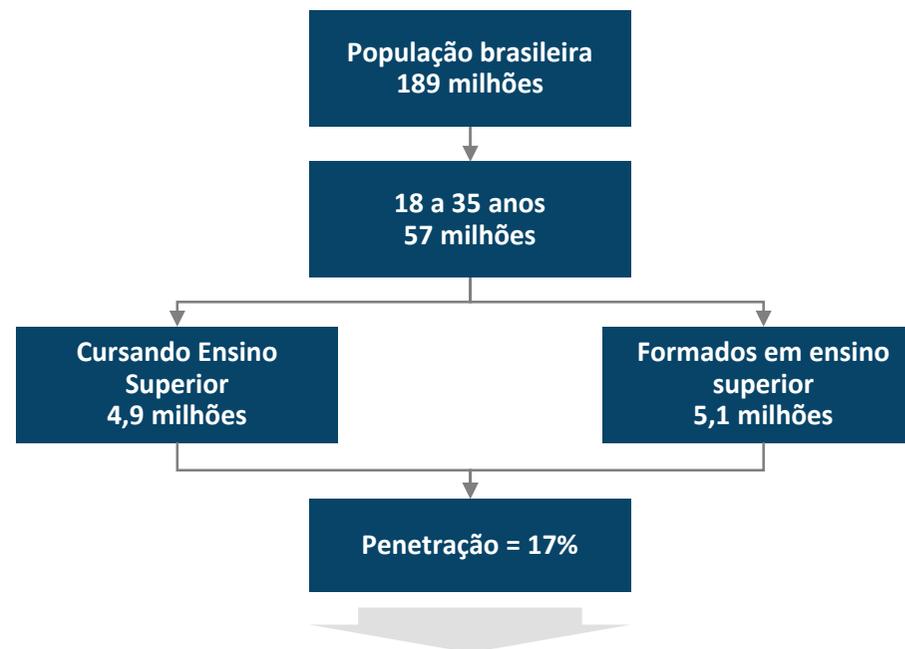
(% das famílias, Abr/03 – Abr/08)



- 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 NA CLASSE MÉDIA E DE MENOR RENDA²



Tamanho do Mercado e Penetração por Segmento

	Classe A	Classe B	Classe C	Classes D&E	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
Disribuição por Classe	1%	21%	45%	33%	100%

Público Alvo da Estácio



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



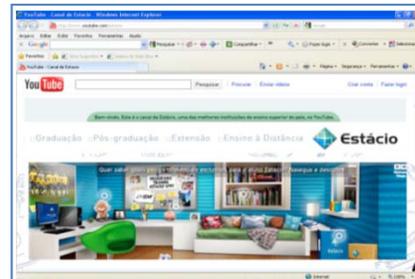
Produtos inovadores e reengenharia com objetivo de melhorar a qualidade a preços competitivos

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 na força de vendas
- ◆ Planejamento, execução e acompanhamento de todos os ciclos de captação



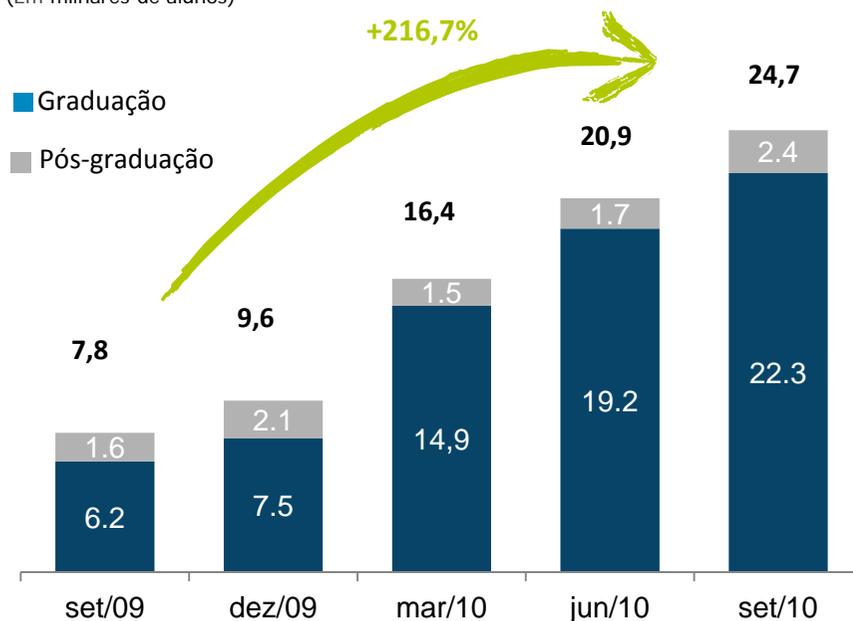
GESTÃO DA MARCA E PUBLICIDADE

- ◆ 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*)



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 investimento adicional: 51 centros em nossos 69 campi
- ◆ Maior lucratividade

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 setores de petróleo e gás, infraestrutura e turismo)

◆ Abertura de novos campi

- ◆ Expansão geográfica

◆ Novas fontes de receitas

- ◆ Educação corporativa e cursos vocacionais

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

Fusões e Aquisições



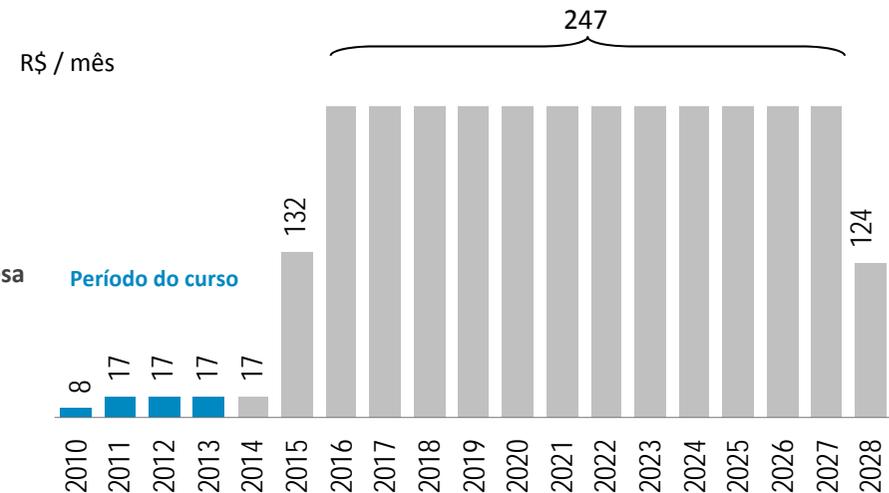
- ◆ Instituições com mais de 2.000 alunos por empresa
- ◆ Cidades atrativas
- ◆ Alinhados à estratégia
- ◆ Ativos de qualidade

FINANCIAMENTO ESTUDANTIL



- ◆ Financiamento de longo prazo para alunos de baixa renda
- ◆ Juros nominais de 3,4% 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



CUSTOS OPERACIONAIS MAIS BAIXOS

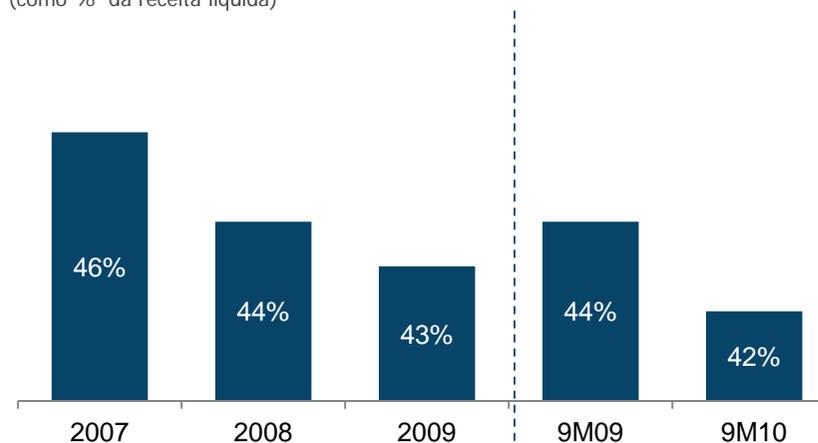
- 1 Reengenharia de produto – novo modelo acadêmico
- 2 Mais eficiência na alocação de custos para corpo docente: controle e modelo PPC
- 3 Administração de acordo com cada unidade (DREs individuais e *benchmarking* interno)

DILUIÇÃO DAS DESPESAS GERAIS E ADMIN.

- 1 Orçamento base zero / Orçamento matricial → Forte controle de custos
- 2 Centralização dos serviços administrativos (SSC) → Escalabilidade
- 3 Melhor gerenciamento de recebíveis → Redução de PDD

CUSTOS DE PESSOAL¹

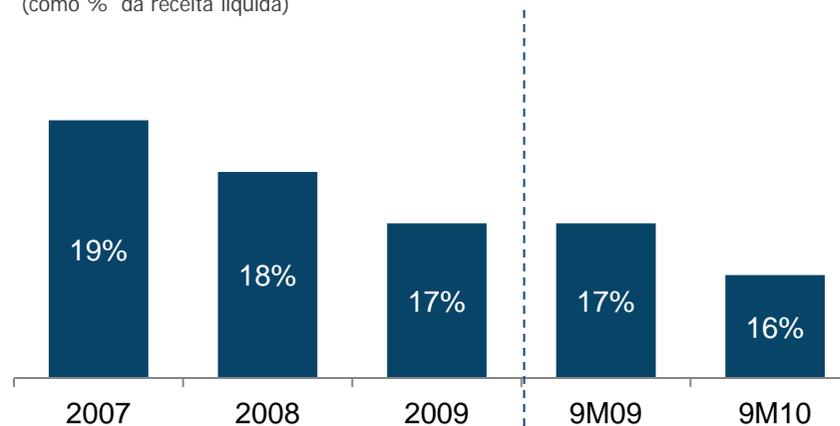
(como % da receita líquida)



(1) Exclui INSS e custos não recorrentes

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

(como % da receita líquida)



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 “gastar sola de sapato” para garantir execução e disseminação da cultura

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

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

- Remuneração variável com base no LAJIDA (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

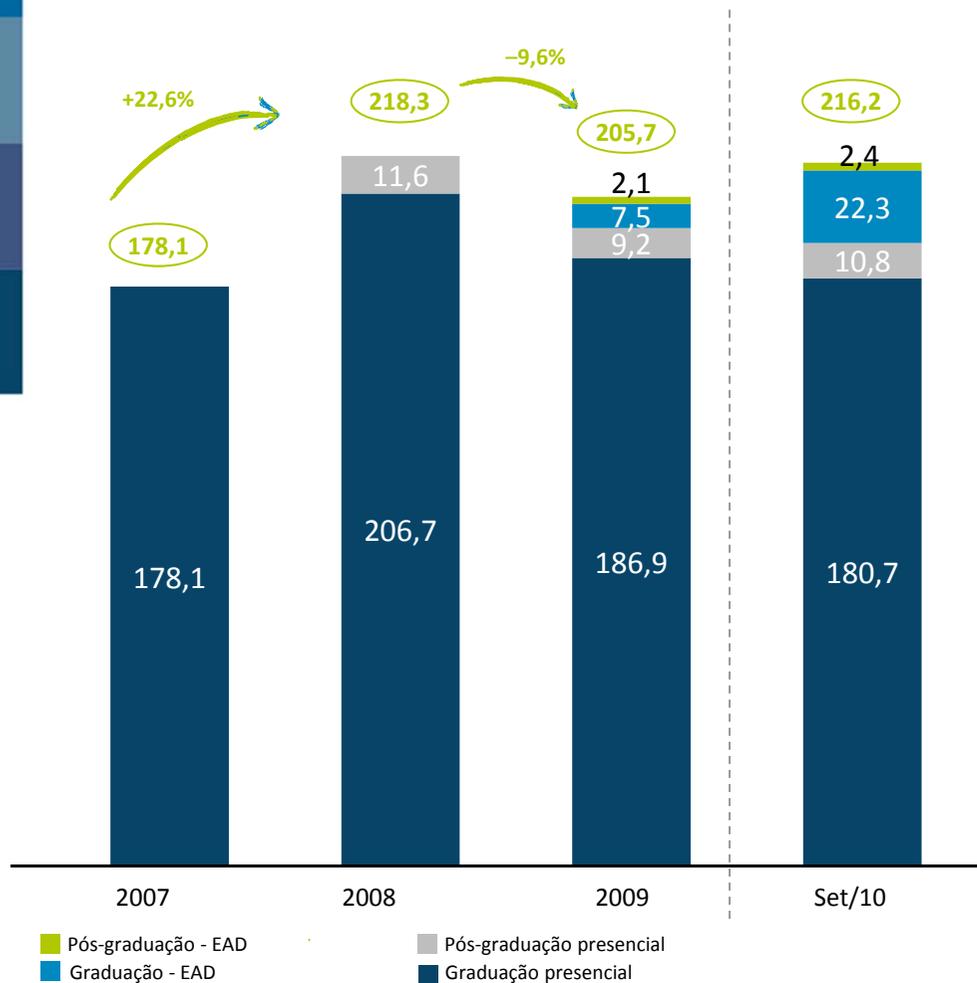
- Programas para “trainees” e plano de carreira meritocrático acelerado em todos os níveis

Cultura de desenvolvimento de talentos internos para fins de crescimento auto sustentado

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

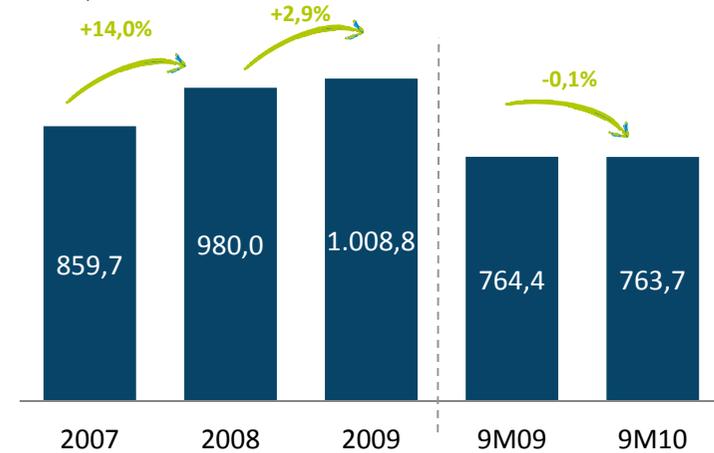
BASE DE ALUNOS

(Milhares de alunos) total



RECEITA LÍQUIDA

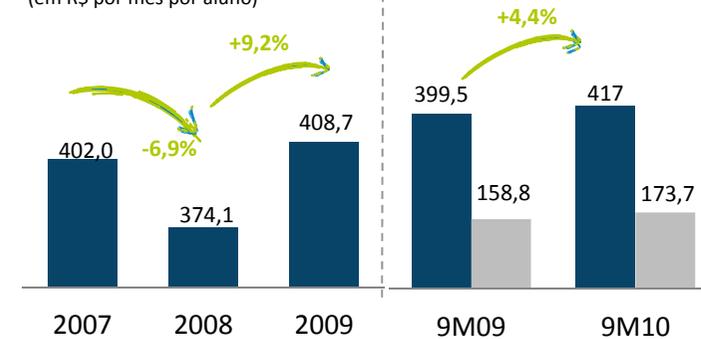
(milhões de R\$)



TICKET MÉDIO

■ Ticket médio presencial ■ Ticket Médio EAD

(em R\$ por mês por aluno)



(1) Ticket médio = receita líquida no período sobre a base de alunos no fim do período

CONTROLE RIGOROSO DE CUSTOS E DESPESAS



CUSTOS DOS SERVIÇOS¹

(milhões de R\$)

 % da receita líquida

■ Pessoal ■ INSS ■ Aluguel ■ Outros



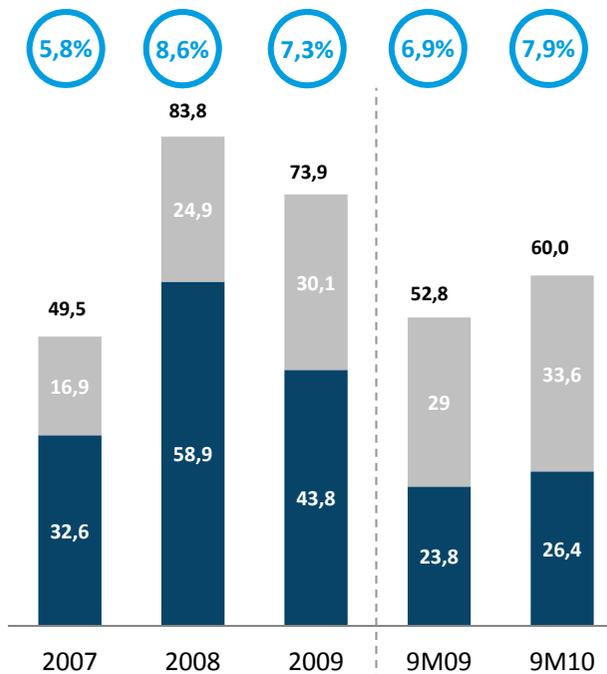
Melhor gestão do corpo docente compensou aumento da inflação e das despesas com INSS

DESPESAS DE VENDAS

(milhões de R\$)

 % da receita líquida

■ PDD ■ Marketing



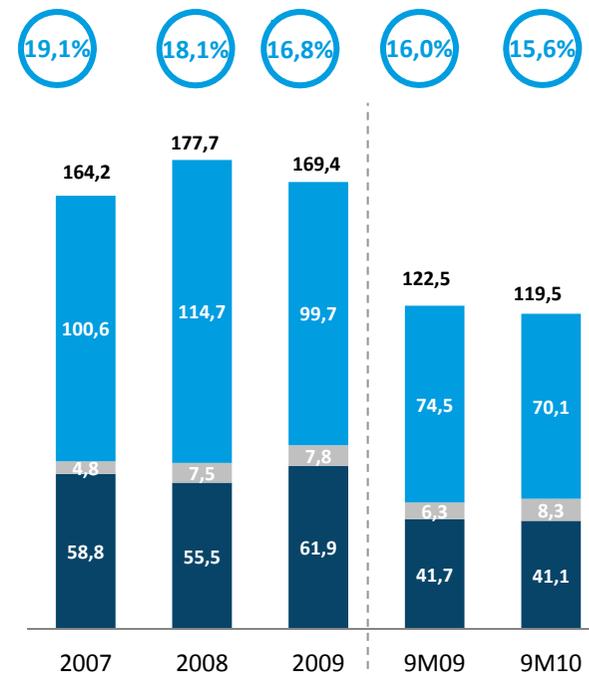
Inadimplência em linha com o setor. Aumento intencional em despesas de marketing devido ao novo modelo acadêmico e FIES

DESPESAS GERAIS E ADM.¹

(milhões de R\$)

 % da receita líquida

■ Pessoal ■ INSS ■ Outros



Redução em termos reais das despesas gerais e administrativas – modelo escalonável

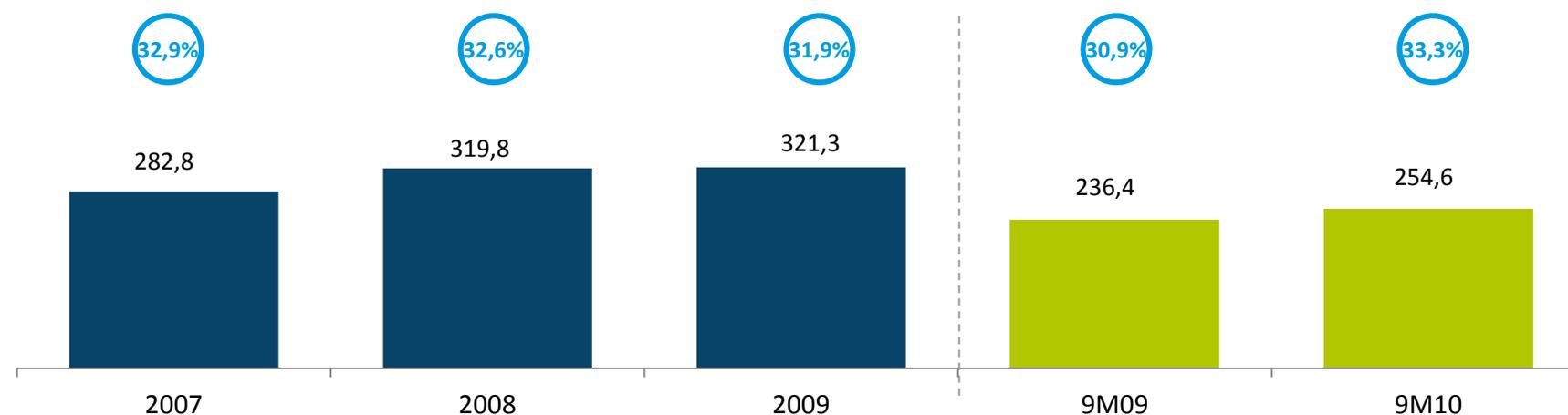
Obs.: (1) Sem considerar depreciação e itens não recorrentes

ESPAÇO SIGNIFICATIVO PARA EXPANSÃO DE MARGEM

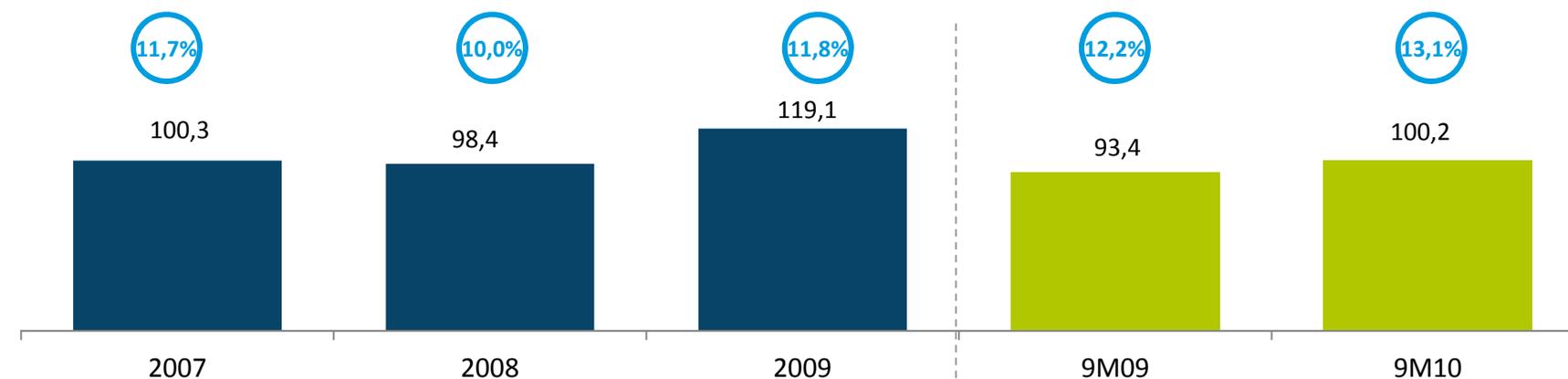


LUCRO BRUTO AJUSTADO (R\$MM) E MARGEM BRUTA (%)¹

○ % da receita líquida



LAJIDA² AJUSTADO (R\$MM) E MARGEM LAJIDA² (%)¹

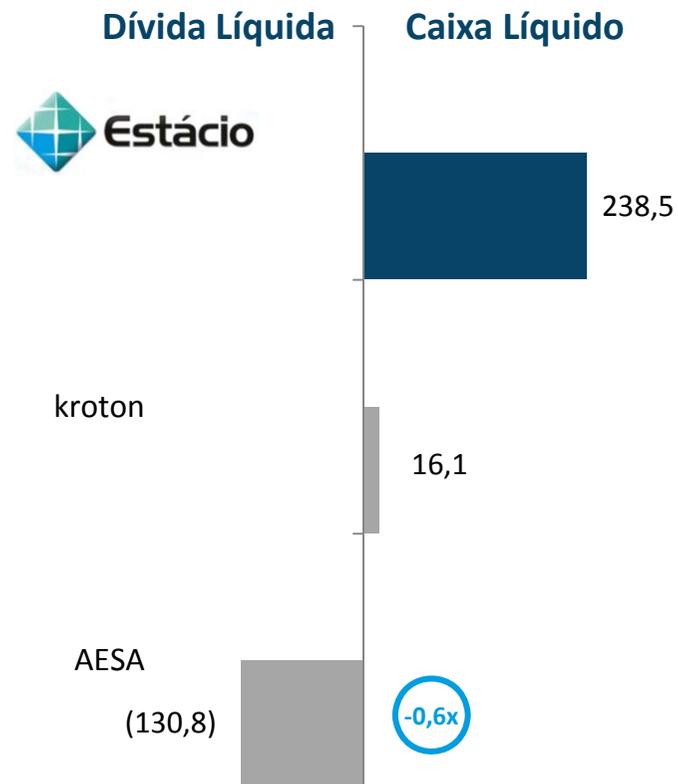


Nota: (1) Em base recorrente; (2) LAJIDA: lucro antes do impostos, juros, depreciação e amortização

Crescimento da base de alunos e ganhos de eficiência alavancarão expansão de margem

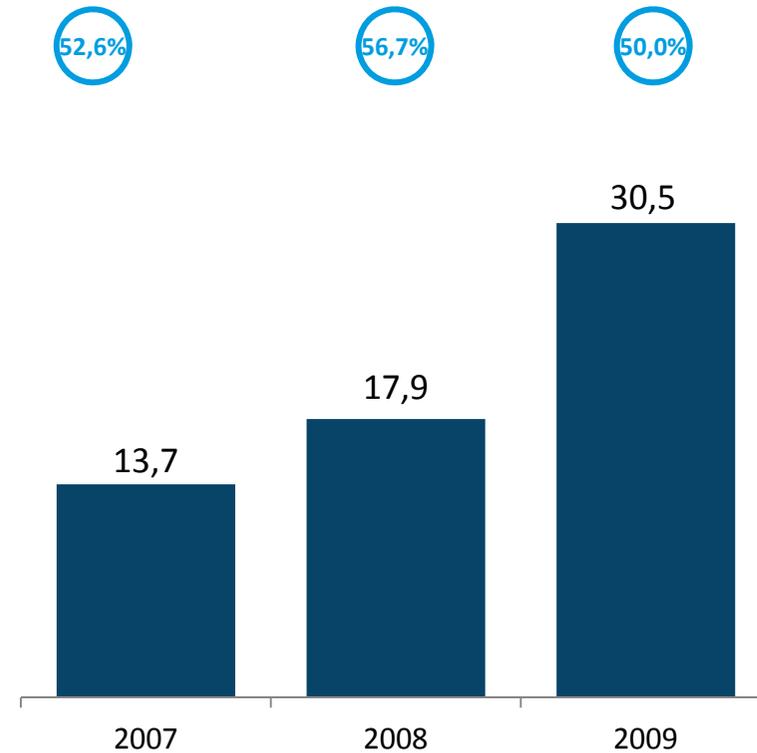
CAIXA LÍQUIDO (DÍVIDA LÍQUIDA) EM 3T10 (R\$MM)

○ Dívida Líquida/EBITDA Últimos 12 Meses



DIVIDENDOS DISTRIBUÍDOS (R\$ MM) E PAYOUT RATIO¹

○ % da receita líquida



Nota: (1) Payout Ratio = Dividendos / Resultado Líquido

POSICIONAMENTO ÚNICO EM UM MECADO DE ALTO CRESCIMENTO



Produtos de qualidade e preços competitivos



Plataforma para crescimento orgânico e via aquisições



Modelo de negócios escalonável com potencial de expansão de margem



Cultura gerencial com foco em modelo de negócios sustentável e crescimento de longo prazo

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 – 6 andar

CEP: 22.775-040 – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – Brasil

Website: www.estacioparticipacoes.com/ri

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.