



Estácio

Reunião Pós Resultados - 2014

Virgílio Gibbon | Diretor Financeiro



1. *Estratégia*
2. *Plano de Ação 2015*
3. *Captação 2015.1*
4. *PraValer*
5. *Ações de Retenção*
6. *Recap Resultados 2014*
7. *UniSEB*
8. *Conclusão*

Nossa Estratégia nos últimos ciclos

Crescimento Desorganizado

- ◆ Imagem e produto deteriorados
- ◆ Processos não padronizados – sem escalabilidade
- ◆ Baixa moral e credibilidade
- ◆ Base de alunos inflada
- ◆ Pressão externa (MEC e sociedade)
- ◆ Escalonamento do INSS

Até 2008

Turnaround

- ◆ Produto, Processos, e Pessoas
- ◆ Base de alunos estável
- ◆ Construindo a plataforma para o crescimento
- ◆ Decisão de não buscar aquisições transformacionais

2009

2010

2011

Colheita de Frutos

Fatores Externos

- ◆ Demanda crescente
- ◆ Falta de mão de obra qualificada
- ◆ FIES
- ◆ Competição enfraquecida no RJ

Fatores internos

2012

2013

2014

Futuro

- ◆ Competição?
- ◆ **Políticas públicas – FIES?**
- ◆ Nova regulação EAD?
- ◆ Tecnologia?
- ◆ Comportamento do consumidor
- ◆ Produtos substitutos?

2015-2020

Busca pelo Crescimento Sustentável

- Foco no Crescimento Orgânico
- Construção de Diferenciais
- Governança – Gestão – Cultura
- “Pintando o mapa”

Presença em todos os estados do país com a rede presencial e EAD



 INOVAÇÃO PESQUISA APLICADA (ADITEC) BRANDING – MARCA NACIONAL ÚNICA RELACIONAMENTO COM ALUNOS & EGRESSOS MODELO ACADÊMICO 2020 RELACIONAMENTO COM ALUNO (CLIMA) HOSPITALIDADE

Estácio

 CRESCIMENTO ORGÂNICO DIVERSIFICAÇÃO DAS LINHAS DE NEGÓCIO VISÃO DE LONGO PRAZO MENOR DEPENDÊNCIA GOVERNAMENTAL

Missão

EDUCAR PARA TRANSFORMAR

Integramos academia e gestão
para oferecer uma educação transformadora
ao maior número de pessoas,
criando impacto positivo para a sociedade.

Visão

Ser reconhecida como a melhor opção em Educação Superior
para alunos, colaboradores e acionistas.

Valores

Foco no Aluno

Hospitalidade

Gente e Meritocracia

Excelência

Simplicidade

Inovação

Resultado

Ética

Primeira marca de Educação verdadeiramente nacional
ESTRATÉGIA DE BRANDING – MARCA ESTÁCIO – DIFERENCIAÇÃO

“(...) buscamos desde o início um crescimento regular, sustentável e responsável, preferencialmente com um nível de risco controlado, prestando menos atenção às externalidades e mais nos fatores que dependem apenas de nós mesmos. Nada representa isso tão bem quanto a analogia feita pelo autor Jim Collins nas suas obras, ao mencionar a teoria da “Marcha das 20 Milhas (...)”

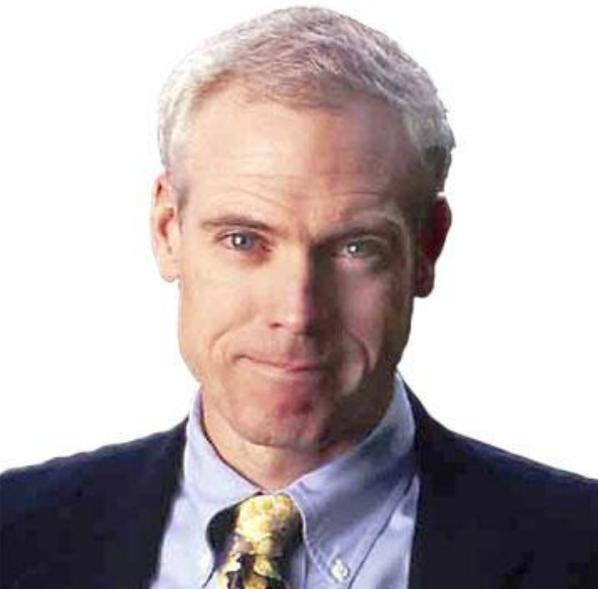
Mensagem da Administração, Release de Resultados 4T14

“Em última instância, somos responsáveis por melhorar nosso desempenho, e nunca jogamos a culpa nas circunstâncias, muito menos no ambiente.”

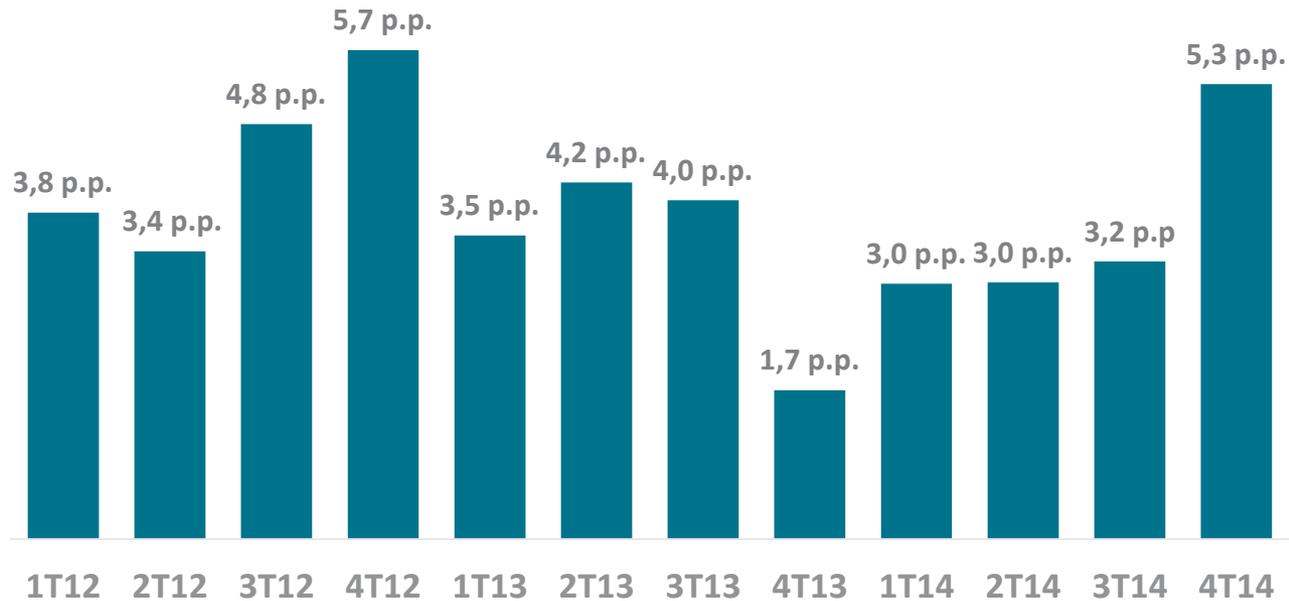
Jim Collins e Morten T. Hansen

“A Marcha das 20 Milhas é mais do que uma filosofia. É ter mecanismos de performance claros, concretos, inteligentes que sejam rigorosamente seguidos, de modo que lhe mantenham no caminho. A Marcha das 20 Milhas cria dois tipos de desconforto autoimposto: (1) o desconforto do compromisso inabalável com alto desempenho em condições difíceis e (2) o desconforto da moderação quando em boas condições.”

Jim Collins

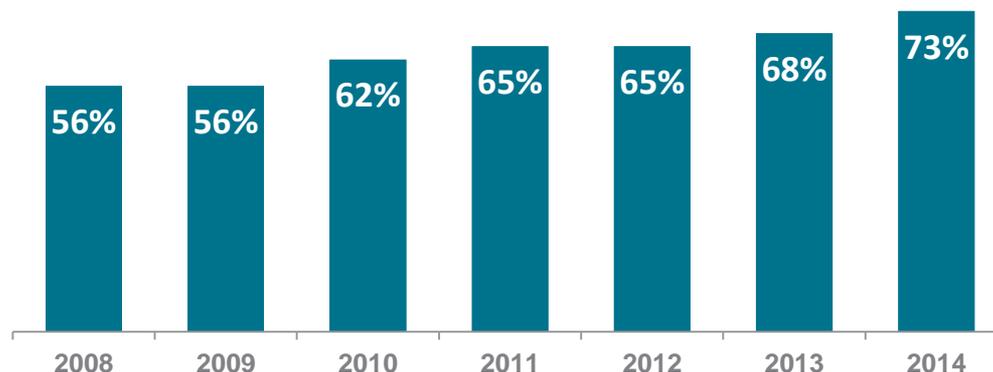


Ganhos consecutivos de margem (YoY)

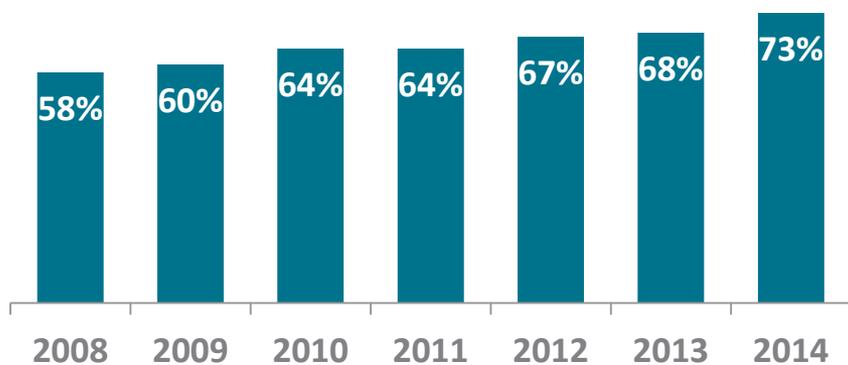


- 12 TRIMESTRES CONSECUTIVOS DE GANHO DE MARGEM, DESDE 2012
- 5 ANOS DE GANHOS SEGUIDOS NO PESA – SATISFAÇÃO DOS ALUNOS
- 5 ANOS DE GANHOS SEGUIDOS NO CLIMA ORGANIZACIONAL
- MELHORA SIGNIFICATIVA NOS ÚLTIMOS CICLOS SINAES DO MEC

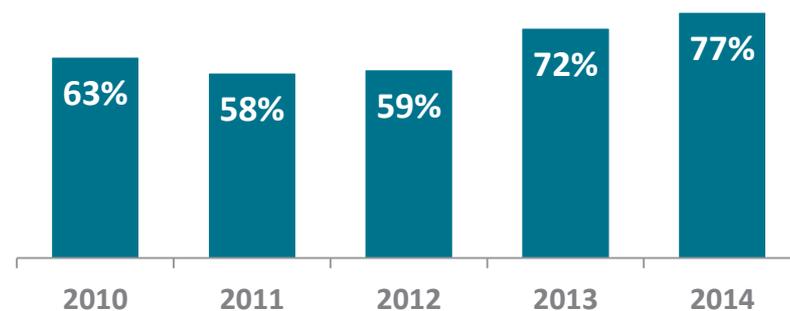
Clima Organizacional

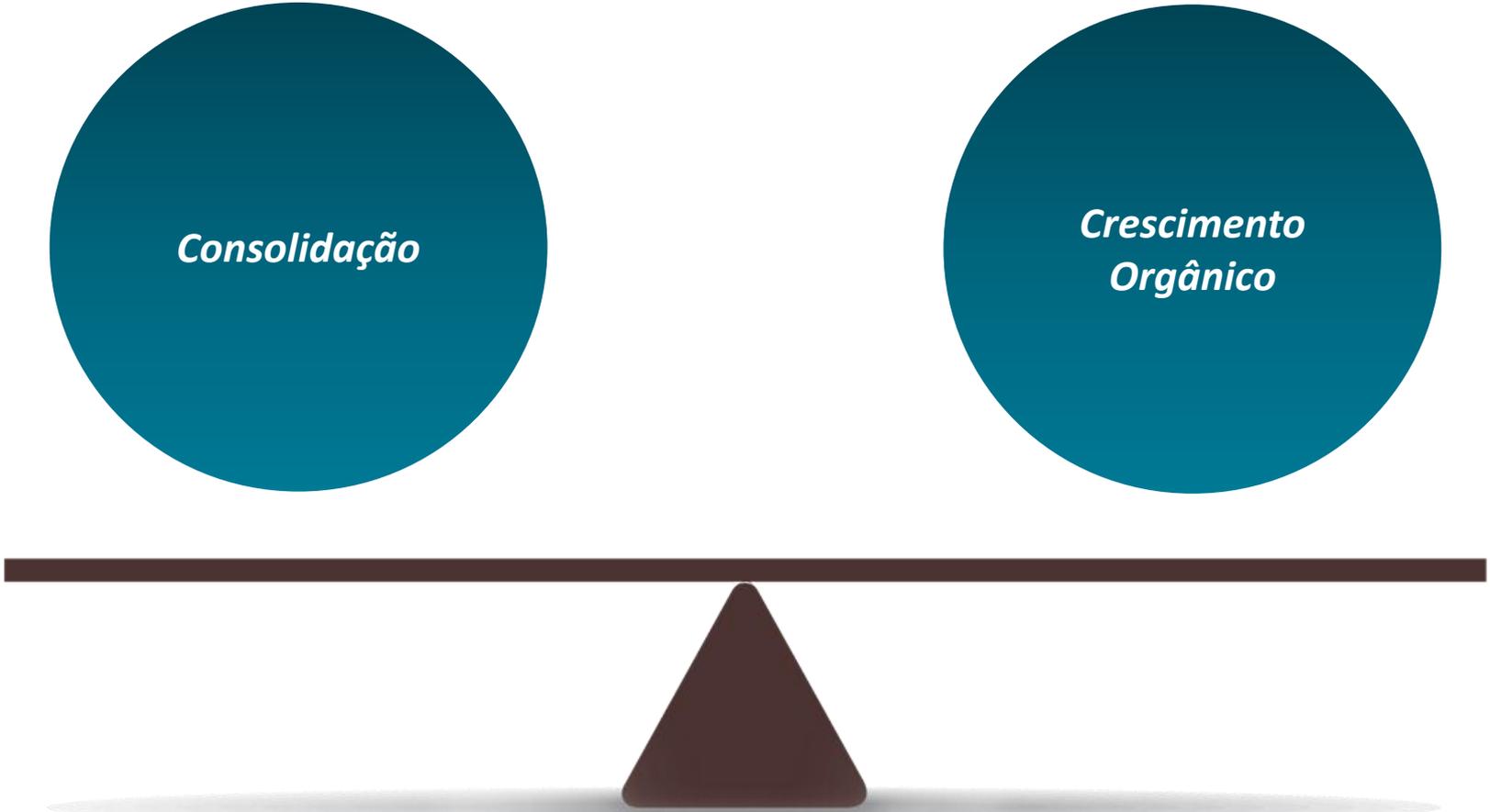


PESA – Satisfação dos Alunos (Presencial)



PESA – Satisfação dos Alunos (EAD)





Consolidação

*Crescimento
Orgânico*

Exposição controlada:

Não deixar que estratégias que não dependam de nós para a sua execução se tornem elementos primários para a nossa Companhia

Greenfields

- ◆ Marista, nosso 4º campus em Fortaleza
- ◆ Campus Conceição, São Paulo
- ◆ Campus em Boa Viagem, Recife
- ◆ Expansão Salvador (novo prédio Costa Azul e expansão Fratelli Vita)
- ◆ Campus Venda Nova, em Belo Horizonte



Marista (Fortaleza)



Expansão Fratelli Vita (Salvador)

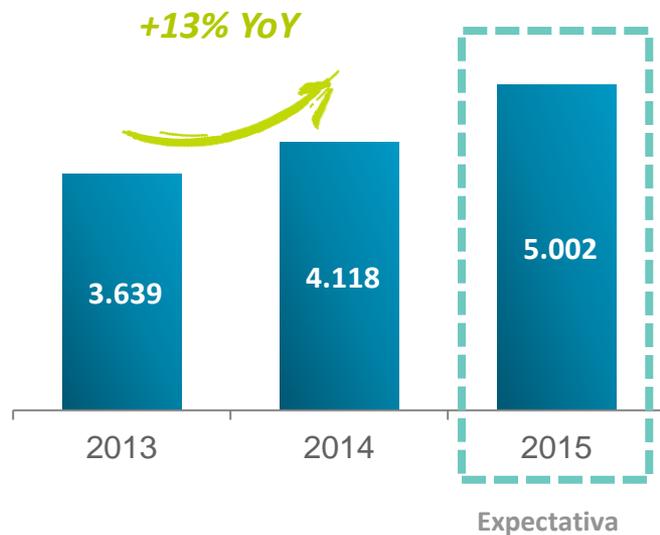


Novo Prédio Costa Azul (Salvador) –
locação de andares

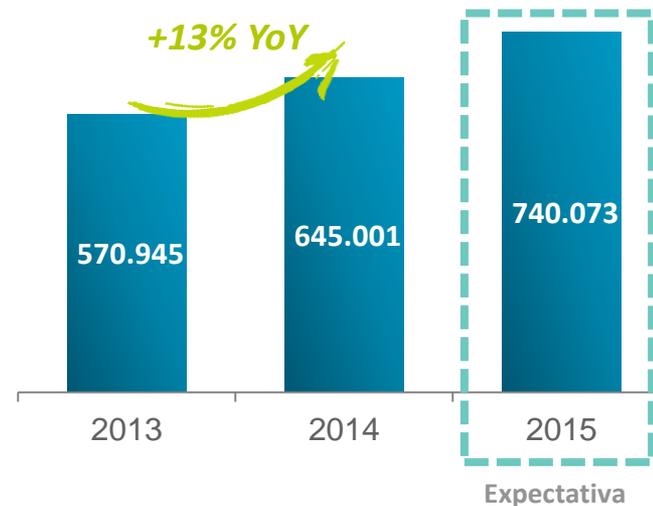


Boa Viagem (Recife)

Número de salas



Área (m²)



Expectativa para 2015

11 novos prédios em operação e
24 campi com projetos de expansão

Expansão feita em silêncio e com pouco uso de capital

Aquisições



IESAM (Belém)
3,5k alunos



Literatus (Manaus)
4,8k alunos



CEUT (Teresina)
3,7k alunos



FACITEC (Brasília)
3,5k alunos



ASSESC (Florianópolis)
0,9k alunos



FARGS (Porto Alegre)
1,1k alunos

Aquisições



IDEZ (João Pessoa)
0,5k alunos



Fac. São Luis (São Luis)
4,0k alunos



FATERN (Natal)
3,4k alunos



FAL (Natal)
2,5k alunos

Aquisições



Atual (Boa Vista)
4.5k alunos

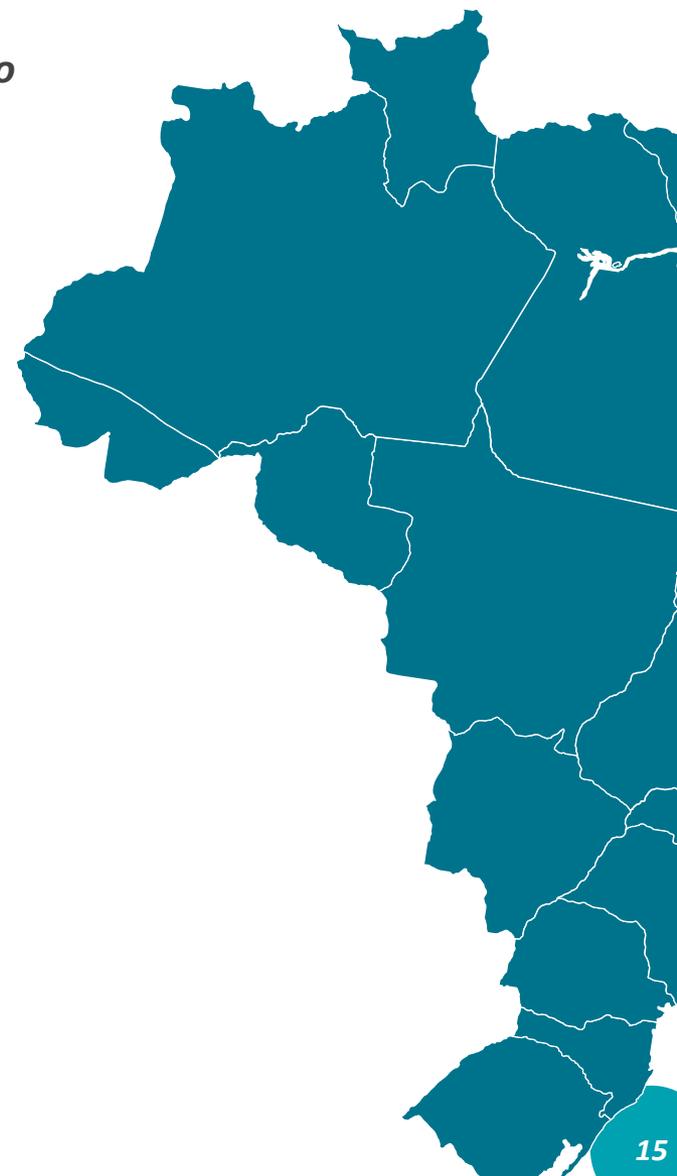


- ◆ 13 aquisições, além da UniSEB
- ◆ 36k alunos adquiridos desde 2011
- ◆ Previsão de 10k a 15k novos alunos adquiridos até 2017

Ensino a Distância

A modalidade ganhará importância ainda maior na nossa operação

- ◆ Em um ano, **aumentamos nossa capacidade de 52 para 182 polos (1S15)**, após a aquisição a UniSEB e do credenciamento de **19 novos polos em dezembro**
- ◆ **Quatro processos para aumento de abrangência:**
 - **UniSEB:**
 1. out/2013 (112 polos)
Ainda sem visitas; aguardando agendamento
 2. abr/2014 (25 polos)
Ainda sem visitas; aguardando agendamento
 - **Estácio:**
 3. Credenciamento Santa Catarina (16 polos)
Todas as visitas realizadas → aguardando aprovação do CNE
 4. Aumento de cobertura UNESA (52 polos)
16 visitas realizadas



Participação no Edital do “Mais Médicos”

Já somos o maior curso de Medicina do Brasil e vamos buscar aumentar nossa capacidade

O Edital no.6 de 2014 foi lançado em dezembro e foram apresentados 40 Municípios como locais para oferta dos cursos de Medicina.

A Estácio se candidatou para a concorrência em 20 municípios e estamos seguindo o processo do cronograma abaixo.

Cronograma “Mais Médicos”:

- ✓ Divulgação da Classificação da 1ª Fase: 8.4.2015
- ✓ Divulgação do Resultado Preliminar: 22.5.2015
- ✓ Interposição de Recursos: 25.5.2015 a 5.6.2015
- ✓ Divulgação do Resultado Final: 24.6.2015



Ainda, em 06 de abril de 2015, foi lançado pelo MEC um novo Edital para implantação de cursos de Medicina, que ainda está na fase de pré-seleção de municípios.

- ◆ Continuamos com a nossa ESTEIRA DE CURSOS para aprovação de NOVOS CURSOS E VAGAS nas nossas IES que são faculdades
- ◆ Em paralelo, continuamos aumentando o nosso número de CENTROS UNIVERSITÁRIOS: BOA VISTA e JUIZ DE FORA aprovados pelo CNE

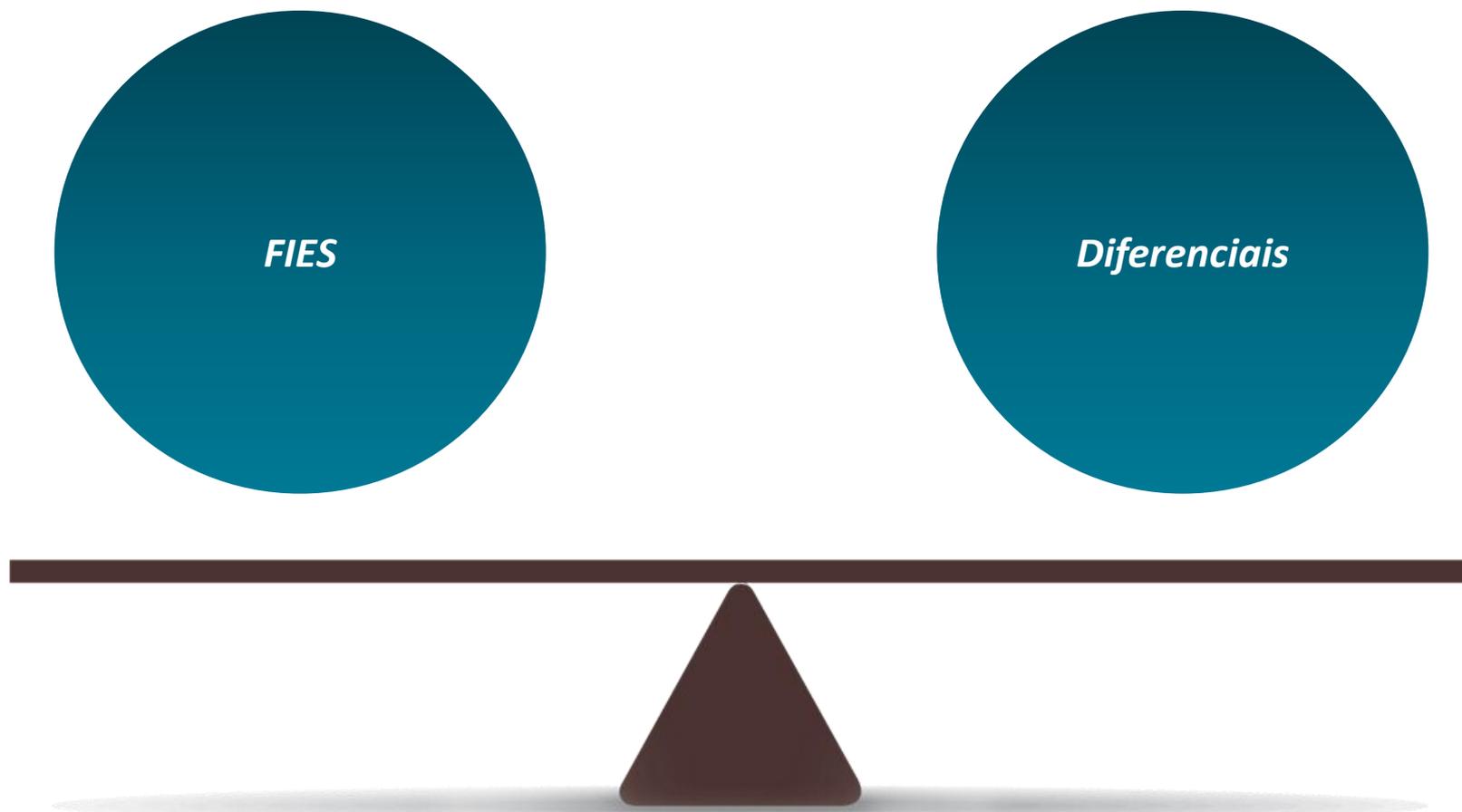
TIPO DE INSTITUIÇÃO		PORTFÓLIO DE CURSOS 2015.1	PIPELINE DE CURSOS 2013	PIPELINE DE CURSOS 2014
UNIVERSIDADES OU CENTROS UNIVERSITÁRIOS	UNESA (RJ) FIB (BA) FIC (CE) UNIRADIAL (SP) FESSC (SC) FESBH (MG) FACITEC (DF) SEB (SP) FAA (RR)* FESJF (MG)*	486 CURSOS-MUNICÍPIO (CORRESPONDE A 65% DO PORTFÓLIO PRESENCIAL)	CURSOS: 33 novos cursos autorizados pelo MEC 66 pedidos para novos cursos protocolados , aguardando autorização do MEC VAGAS: Pedidos de aumento de vagas para 9 cursos	CURSOS: 57 novos cursos autorizados pelo MEC 86 pedidos para novos cursos protocolados , aguardando autorização do MEC VAGAS: Pedidos de aumento de vagas para 52 cursos
	FACULDADES			
TOTAL	37	749	99 NOVOS CURSOS E 9 CURSOS COM NOVAS VAGAS (2012-2013)	143 NOVOS CURSOS E 52 CURSOS COM NOVAS VAGAS (2013-2014)

*Aguardando publicação em Diário Oficial.

** Novas adquiridas (IESAM e Literatus) não incluídas.

 IES COM AUTONOMIA.

 IES SEM AUTONOMIA.

**Exposição controlada:**

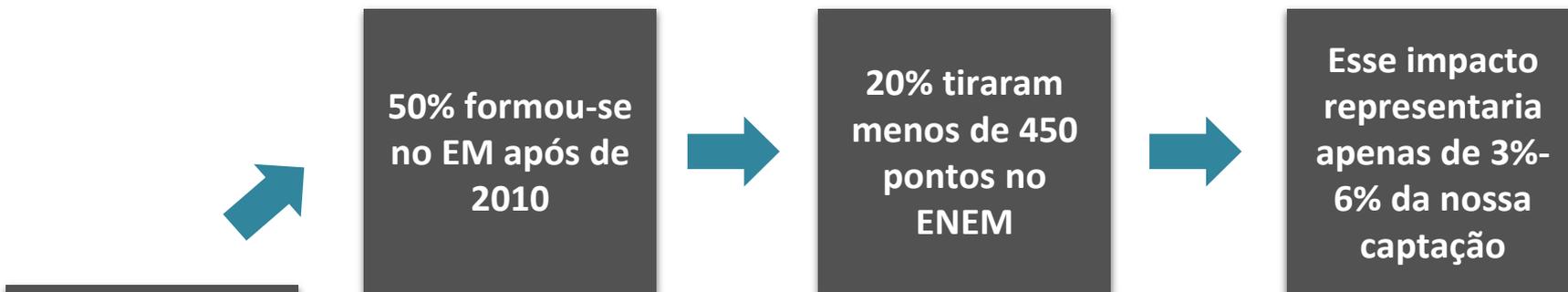
Não deixar que estratégias que não dependam de nós para a sua execução se tornem elementos primários para a nossa Companhia

1. Crescimento do setor não está apenas relacionado ao FIES
2. Em um contexto sem FIES, desde 2008, falamos que o crescimento do setor seria de 3% a 5% ao ano – consolidação de *market share*
3. *CAGR 2005-11 do Ensino Presencial: 4%*

E é importante lembrar que:

- A Estácio não baseia sua estratégia de crescimento no FIES uma vez que somos menos dependentes do financiamento para atrair alunos;
- Apesar das medidas de curto prazo, que ainda estão sendo discutidas, o FIES NÃO ACABOU!

Impacto da nota mínima na captação é pouco relevante



30% da nossa captação presencial vindo pelo FIES

50% formou-se no EM após de 2010

20% tiraram menos de 450 pontos no ENEM

Esse impacto representaria apenas de 3%-6% da nossa captação

50% formou-se no EM antes de 2010

Pesquisa interna mostrou **que apenas 17% da captação alunos FIES** entrevistados teriam decidido não estudar caso não houvesse o financiamento.

E esse alunos podem se matricular na Estácio **mesmo sem FIES:**

- Pagando do próprio bolso
- Curso mais barato
- EAD
- Descontos específicos

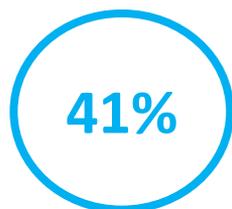
FIES não é o nosso principal driver de atração de alunos

Os primeiros aderentes ao FIES são alunos de cursos de maior valor (ex.: Medicina), que, em sua maioria, continuariam a conseguir pagar do próprio bolso.

Percentual de FIES



Percentual de FIES



2011 - 2014



- ◆ Não se “apropriar” do FIES → **Evitar** usar na **Captação**



- ◆ **Focar** no Aluno com **dificuldades** financeiras



- ◆ **Minimizar** Seleção **Adversa**



- ◆ Se manter **abaixo** da **média nacional** de Penetração FIES



Estácio



FIES

Programa de Financiamento
Estudantil

2011 - 2014



- ◆ Não se “apropriar” do FIES → **Evitar usar na Captação**



- ◆ **Focar no Aluno com dificuldades financeiras**



- ◆ **Minimizar Seleção Adversa**



- ◆ Se manter **abaixo da média nacional** de Penetração FIES



Estácio



FIES

Programa de Financiamento
Estudantil

2015 – Futuro



- ◆ Ser mais proativo na **avaliação do Perfil dos Alunos**



- ◆ Buscar **alternativas de financiamento**



- ◆ **Reduzir a exposição** de forma gradual



- ◆ Focar mais ainda nos **atributos Estácio**



- ◆ **Diversificação (Novos Negócios)**



1. *Estratégia*
2. *Plano de Ação 2015*
3. *Captação 2015.1*
4. *PraValer*
5. *Ações de Retenção*
6. *Recap Resultados 2014*
7. *UniSEB*
8. *Conclusão*

BASE DE ALUNOS

TICKET MÉDIO

INADIMPLÊNCIA

OPEX

CAPEX

FCO



Revisão de
Orçamento

CRI
(Imobiliário)

Venda de Imóveis

Financiamento
PRAVALER

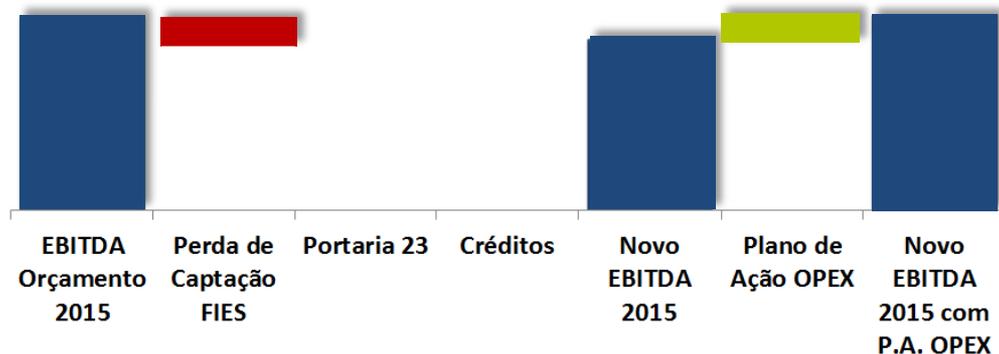
- *Pricing*
- Inteligência de Crédito
- Central de Captação

Financiamento de
Capital de Giro

Funding de CAPEX

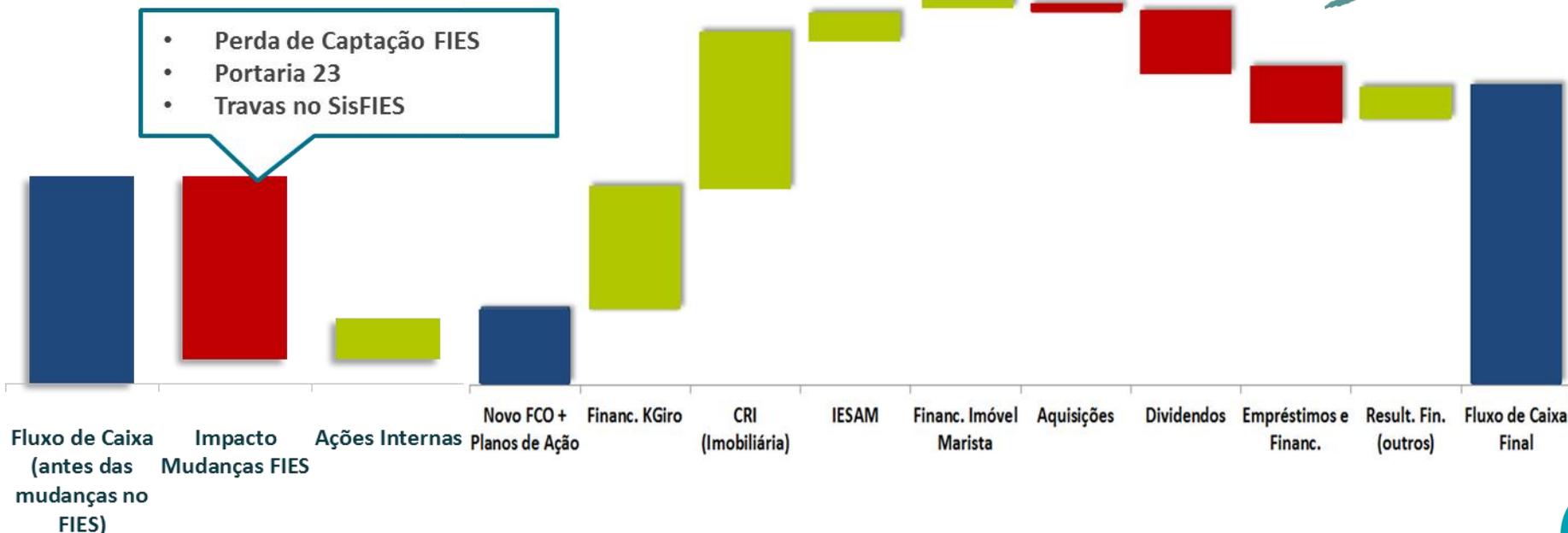
Vamos buscar mitigar os impactos das mudanças do FIES em 2015...

EBITDA



PLANO DE AÇÃO

Fluxo de Caixa





- 1. *Estratégia***
- 2. *Plano de Ação 2015***
- 3. *Captação 2015.1***
- 4. *PraValer***
- 5. *Ações de Retenção***
- 6. *Recap Resultados 2014***
- 7. *UniSEB***
- 8. *Conclusão***

		<i>Variação 15.1/14.1</i>
Graduação Presencial	Captação	+8% a 13%
	Base de Alunos¹	+18% a 20%
Graduação EAD	Captação²	+17% a 21%
	Base de Alunos	+53% a 55%
Graduação Total	Base de Alunos	+25% a 27%

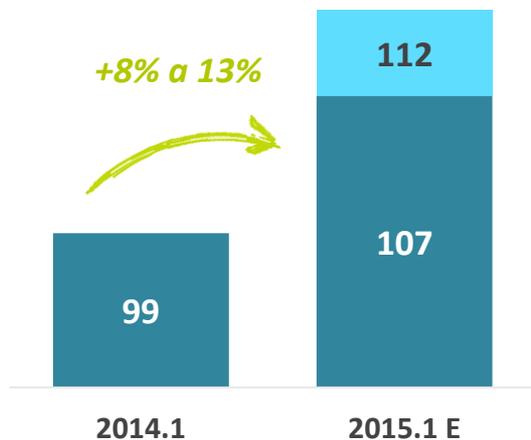
¹Considerando aquisições de 2014

²Considerando UniSEB proforma na captação

Crescimento significativo mesmo no ambiente de incertezas relacionadas ao FIES

Gradação Presencial

(em mil)

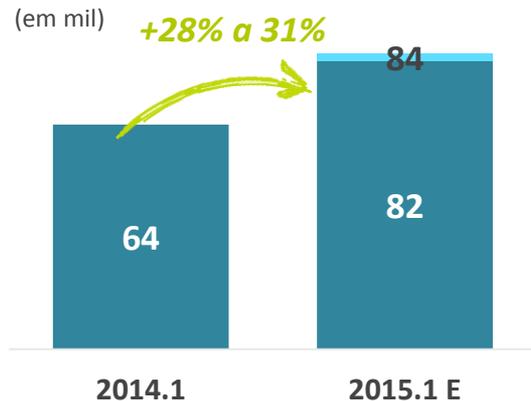


- **FIES: Expectativa de 20k-25k calouros via FIES (além de 12k veteranos também já no “funil de contratação”)**
- **PraValer: expectativa de 3k a 5k contratos**

Em mil	Mín	Máx
FIES	20	25
PraValer	3	5
Não-FIES	84	82
TOTAL	107	112

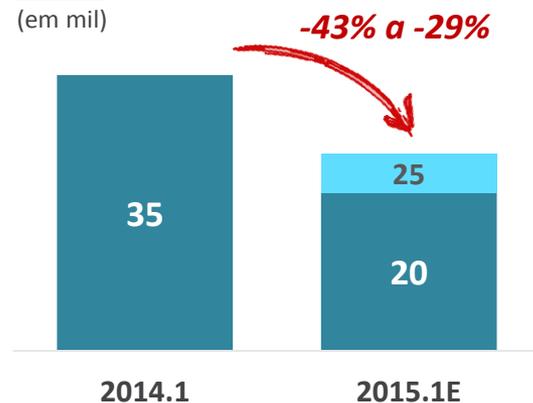
Não-FIES

(em mil)



FIES*

(em mil)





- 1. *Estratégia***
- 2. *Plano de Ação 2015***
- 3. *Captação 2015.1***
- 4. *PraValer***
- 5. *Ações de Retenção***
- 6. *Recap Resultados 2014***
- 7. *UniSEB***
- 8. *Conclusão***

- ◆ **Estácio lança linha de crédito em parceria com o PRAVALER para alunos que não podem pagar a graduação**
O PRAVALER, é um financiamento rápido, fácil e sem burocracia para os alunos pagarem sem aperto sua graduação presencial.

Principais Benefícios

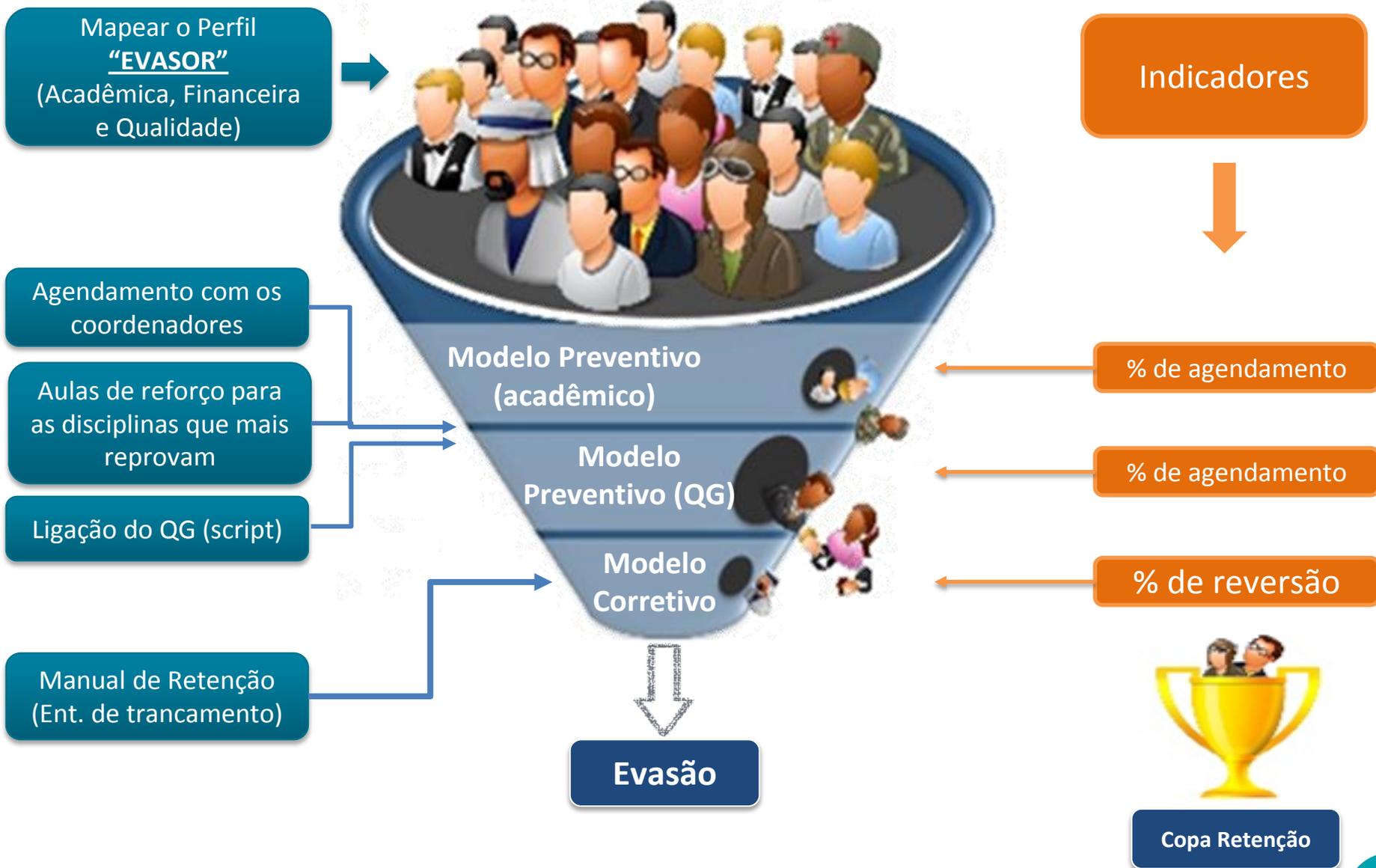
- ◆ Duas vezes o tempo do curso para pagar
- ◆ Parcelas não se acumulam em um mês do ano
- ◆ Parcelas compostas por: 50% da mensalidade vigente + IPCA
- ◆ O semestre financiado é antecipado para a IES
- ◆ O PRAVALER assume a inadimplência dos alunos contratados

- ◆ Aluno paga metade do valor da mensalidade durante o curso sem juros e o restante depois de formado

Juros		1,8%										
Comissão		9,5%										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
100	100	100	100	100	100							600
50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
1,018	1,037	1,056	1,075	1,094	1,114	1,135	1,155	1,176	1,198	1,219	1,242	
49,11	48,23	47,37	46,52	45,69	44,87	44,07	43,28	42,51	42,75	41,00	40,27	534,7
											FINAL	483,9
												81%
											Desconto	19%



- 1. *Estratégia***
- 2. *Plano de Ação 2015***
- 3. *Captação 2015.1***
- 4. *PraValer***
- 5. *Ações de Retenção***
- 6. *Recap Resultados 2014***
- 7. *UniSEB***
- 8. *Conclusão***



Mapeamento do perfil EVASOR

Base de Possíveis Evasores 27 03.xlsx [Somente leitura] - Excel

ARQUIVO PÁGINA INICIAL INSERIR LAYOUT DA PÁGINA FÓRMULAS DADOS REVISÃO EXIBIÇÃO Acrobat Marcio Vicente da Costa Ramos

L5 RAPHAELA FAÇANHA DE OLIVEIRA

	K	L	M	N	O	P	Q	R	T	U	V	W	X	
	Indicadores jurídicos			Indicadores financeiros			Indicadores acadêmicos				Ind. Qualidade			
	MATRÍCULA	ALUNO	POSSUI DOCUMENTAÇÃO	ACEITE CONTRATO EDUCACION	DATA ACEITE CONTRATO EDUC.	QUANT. BOLETOS INADIMPLENT	VALOR DA DÍVIDA	FIES	Possui 3 faltas consecutivas	Acessou o SIA?	Acessou a Web aula	Média inferior a 6,0 na AV1	QUANT. RECLAMAÇÕES	TE
3	200901136827	LUCAS CRUZ DA CUNHA	SIM	SIM	24/02/2015	2	1077,6	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	853
4	200901218581	NAARA GONDIM OLIVEIRA	SIM	SIM	23/03/2015	2	1355,26	NÃO	SIM	SIM	NÃO		0	853
5	200902005165	RAPHAELA FAÇANHA DE OLIVEIRA	SIM	SIM	21/01/2015	2	1136,4	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	853
6	200902012331	CAIO ANTONIO LUZ OSTERNE	SIM	SIM	27/02/2015	2	827,26	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	853
7	200902171456	TEOFILO JUSTINO DE OLIVEIRA N	SIM	SIM	06/02/2015	2	600,54	NÃO	SIM	SIM	SIM		0	843
8	200907016181	KAIO EMERSON LOPES CARNEIRO	SIM	SIM	19/01/2015	2	3056,83	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	853
9	201001039475	ANDRÉ PASSOS CRISÓSTOMO	SIM	SIM	19/01/2015	2	2944	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	
10	201001073967	PRISCILA MIRANDA DE OLIVEIRA	SIM	SIM	10/02/2015	3	794,3	NÃO	SIM	SIM	NÃO		0	858
11	201001120736	JEAN VITOR LIMA MESQUITA	SIM	SIM	12/03/2015	3	1950,18	NÃO	SIM	SIM	SIM		0	
12	201001135407	LUCAS ALCANTARA VASCONCELO	SIM	SIM	21/01/2015	2	431,04	NÃO	SIM	SIM	NÃO		0	853
13	201001182243	FERNANDA BRAGA DE SOUZA	SIM	SIM	26/02/2015	3	847,04	NÃO	SIM	SIM	SIM		0	853
14	201001230175	MARIA DA CONCEIÇÃO ALBUQUERQUE	SIM	SIM	12/03/2015	3	1299,99	NÃO	SIM	SIM	NÃO		0	853
15	201001441044	LUCIANO TEIXEIRA PIMENTEL	SIM	SIM	19/02/2015	2	1312,24	NÃO	SIM	SIM	NÃO		0	273
16	201001446501	KELBER TIAGO SABINO	SIM	SIM	02/12/2014	2	1094,8	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	858
17	201002137888	JULIANE BERGER PATROCINIO	SIM	SIM	20/01/2015	2	507,26	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	273
18	201002172391	BRUNO VIEIRA DE SOUZA	SIM	SIM	10/03/2015	2	1161,6	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	118
19	201002210046	LUAN FAÇANHA PINHEIRO DE OLIVEIRA	SIM	SIM	19/03/2015	3	2112,47	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	858
20	201007041404	NATALIA FREITAS DE ARAUJO	SIM	SIM	03/03/2015	3	2431,8	NÃO	NÃO	SIM	SIM		0	853
21	201007045671	THIAGO ANTUNES CAMPOS	SIM	SIM	05/03/2015	2	599,08	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	853
22	201101029749	ROGÉRIA ERNÂNIA DIAS MADEIRA	SIM	SIM	20/01/2015	3	3977,08	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		1	853
23	201101031611	JOSÉ IVANILDO ALVES GALDINO	SIM	SIM	06/02/2015	3	2118,73	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	853
24	201101109807	JADERSON OLIVEIRA DA COSTA	SIM	SIM	11/03/2015	2	1739,98	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	853
25	201101251999	JOSE CLEILSON PACHECO	SIM	SIM	22/01/2015	2	1024,12	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	858
26	201101335301	RAQUEL LIMA RODRIGUES	SIM	SIM	11/02/2015	3	919,43	NÃO	NÃO	SIM	NÃO		0	853



Objetivo

Aumentar a retenção de alunos, através de ações preventivas e corretivas, nos dois primeiros períodos acadêmicos.

Pontos Relevantes

- Levantamento dos alunos com possibilidade de evasão, para atuação no QG Centralizado e na Operação;
- Oferta de aulas de reforço para disciplinas ofensoras (maior número de reprovados em 2014.2) por Unidade;
- Monitoramento semanal do Indicador de Retenção de Alunos (evasão + não renovação);
- Criação da Célula de Retenção por Unidade:
 - Manual de Retenção;
 - Entrevistadores específicos;
 - Local apropriado para realização das entrevistas;
 - Guia de ofertas de acordo com o motivo de agendamento da entrevista alegado pelo aluno.
- Indicador de controle - Eficácia Operacional - na Célula de Retenção, indicando o percentual de reversão dos alunos entrevistados;

Acompanhamento da meta por unidade

Regional	Núcleo	Campus	Evadidos Total 2014.1	Evasão 2014.1	Não Renovados 2014.1	Base Total 2014.1	% evadidos 2014.1
RJ UNESA	NITERÓI	ALCÂNTARA	365	27	338	1.725	21,2%
		NITERÓI	2.254	118	2.136	11.454	19,7%
	NITERÓI Total		2.619	145	2.474	13.179	19,9%
	NORTE	MADUREIRA	1.085	92	993	5.108	21,2%
		NORTE SHOPPING	881	54	827	4.606	19,1%
		NOVA AMÉRICA	1.337	68	1.269	5.920	22,6%
		VIA BRASIL - IRAJÁ	137	9	128	831	16,5%

Acompanhamento da evasão/renovação por unidade, atrelado à meta de retenção para 2015.1.

Ferramentas e iniciativas do EAD são benchmarking para controle de evasão

Tela de acompanhamento de Disciplina / turmas – Aula a aula

			Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Aula 9	Aula 10
01.	 RUANA DE MELO DUARTE 201407351168	 										
02.	 DANIEL VINHO SANTOS 201502271435	 	33%									
03.	 ANA CAROLINA CORLOSKI DE ALMEIDA 201502271591	 										
04.	 GABRIELE DE SOUZA CARVALHO 201502271621	 	0%	0%	0%							
05.	 EDSON GOMES BRANDÃO 201502271737	 										
06.	 ALEXSANDRA MONTEIRO DA SILVA 201502270889	 	50%	67%	0%	0%	0%					
07.	 GEISLANIO DE FREITAS AMANCIO 201502270943	 	83%	83%	33%	67%						
08.	 LUSIANE CONCEICAO SILVA VICENTE 201502271052	 										
09.	 ESLEY BARRETO DE SOUSA 201502240149	 	67%									

Ferramentas e iniciativas do EAD são benchmarking para controle de evasão

Tela de acompanhamento do aluno - Aula a Aula



AVALIANDO O APRENDIZADO

Aqui você encontrará exercícios de fixação do conhecimento para cada uma das aulas das suas disciplinas. Neles você poderá conferir o andamento do seu processo de aprendizagem, dar a sua colaboração em relação à a qualidade das questões neles apresentadas (Colabore) e visualizar a resolução das mesmas (Gabarito Comentado).

COMUNICAÇÃO NAS EMPRESAS

Turma: 9017

Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Aula 9	Aula 10
100,0 %	83,3 %	83,3 %	83,3 %	83,3 %					

FUNDAMENTOS DAS CIÊNCIAS SOCIAIS

Turma: 9007

Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Aula 9	Aula 10
83,3 %									

PLANEJAMENTO DE CARREIRA E SUCESSO PROFISSIONAL

Turma: 9032

Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Aula 9	Aula 10

PSICOLOGIA NAS ORGANIZAÇÕES

Turma: 9024

Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Aula 9	Aula 10
66,7 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	83,3 %					



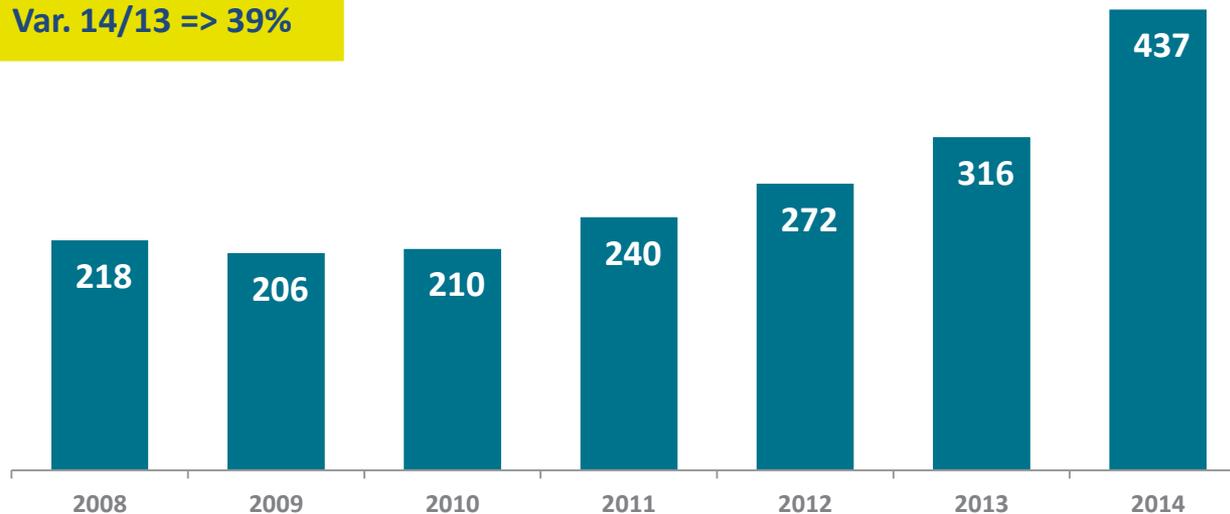
1. *Estratégia*
2. *Plano de Ação 2015*
3. *Captação 2015.1*
4. *FIES & PraValer*
5. *Ações de Retenção*
6. *Recap Resultados 2014*
7. *UniSEB*
8. *Conclusão*

Base de Alunos de Ensino Superior

(excluindo cursos técnicos/livres)

(000' alunos)

CAGR => 12,3%
Var. 14/13 => 39%

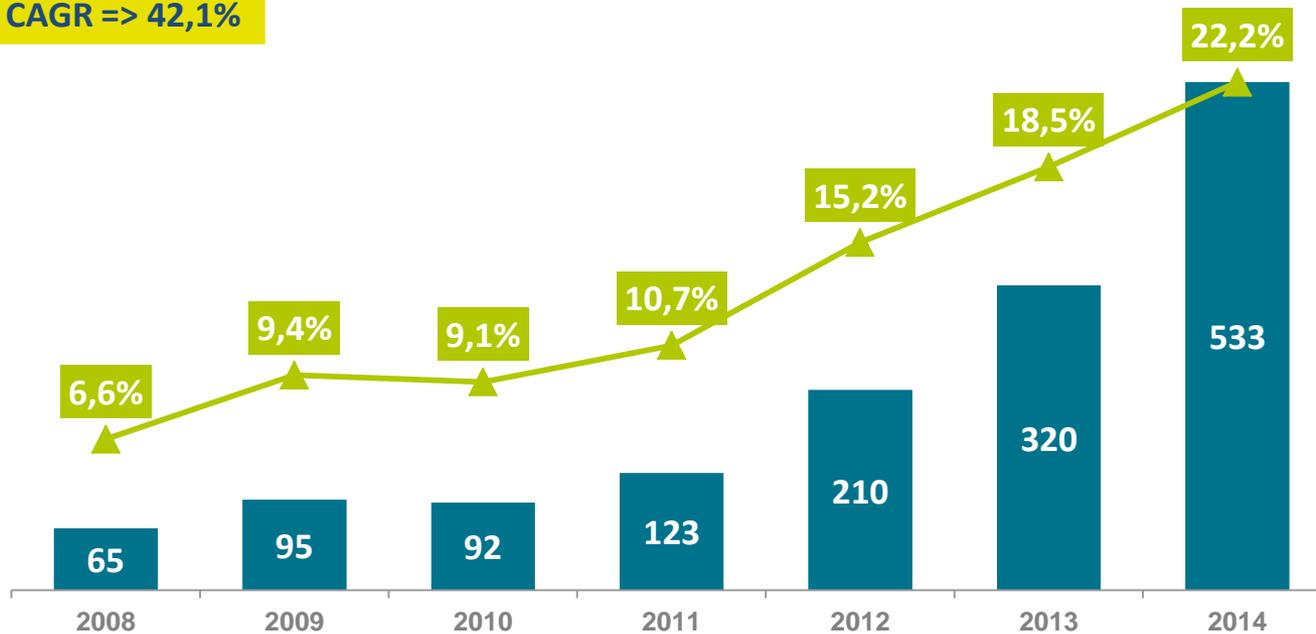


	2013		2014		Var.	
	AH	AV	AH	AV	AH	AV
Receita Líquida	1.731,0	100,0%	2.404,5	100,0%	38,9%	0,0 p.p.
COGS	(987,9)	-57,1%	(1.304,5)	-54,3%	32,0%	2,8 p.p.
Pessoal	(617,0)	-35,6%	(834,5)	-34,7%	35,3%	0,9 p.p.
INSS	(124,3)	-7,2%	(163,6)	-6,8%	31,6%	0,4 p.p.
Aluguéis	(139,0)	-8,0%	(176,5)	-7,3%	27,0%	0,7 p.p.
Material Didático	(48,0)	-2,8%	(60,5)	-2,5%	26,0%	0,3 p.p.
Serviço de Terceiros e Outros	(59,6)	-3,4%	(69,3)	-2,9%	16,3%	0,5 p.p.
Lucro Bruto Caixa	743,2	42,9%	1.100,0	45,7%	48,0%	2,8 p.p.
SG&A	(422,9)	-24,4%	(567,4)	-23,6%	34,2%	0,8 p.p.
PDD	(95,4)	-5,5%	(103,3)	-4,3%	8,3%	1,2 p.p.
Publicidade	(88,5)	-5,1%	(135,1)	-5,6%	52,7%	-0,5 p.p.
G&A	(239,0)	-13,8%	(329,1)	-13,7%	37,7%	0,1 p.p.
EBITDA	320,3	18,5%	532,6	22,2%	66,3%	3,7 p.p.

EBITDA

(Em milhões de reais)

CAGR => 42,1%





- 1. *Estratégia***
- 2. *Plano de Ação 2015***
- 3. *Captação 2015.1***
- 4. *PraValer***
- 5. *Ações de Retenção***
- 6. *Recap Resultados 2014***
- 7. *UniSEB***
- 8. *Conclusão***

Demonstrações de Resultados UniSEB (R\$ milhões)	3T14	4T14	2S14
Receita Operacional Bruta	30,7	35,3	66,1
Deduções da Receita Bruta	(5,8)	(7,0)	(12,9)
Receita Operacional Líquida	24,9	28,3	53,2
Custo Caixa dos Serviços Prestados	(8,5)	(12,1)	(20,6)
Lucro Bruto Caixa	16,4	16,2	32,6
<i>Margem Bruta</i>	<i>65,9%</i>	<i>57,2%</i>	<i>61,2%</i>
Despesas Comerciais	(2,5)	1,4	(1,2)
Despesas Gerais e Administrativas	(5,6)	(1,4)	(7,0)
EBITDA	8,2	16,1	24,3
<i>Margem EBITDA</i>	<i>33,1%</i>	<i>56,9%</i>	<i>45,8%</i>
Resultado Financeiro	(1,2)	(1,0)	(2,3)
Depreciação e amortização	(1,4)	(1,4)	(2,8)
Contribuição Social	(0,3)	(0,6)	(1,0)
Imposto de renda	(1,0)	(1,8)	(2,8)
Lucro Líquido	4,4	11,2	15,6
<i>Margem Líquida</i>	<i>17,5%</i>	<i>39,6%</i>	<i>29,3%</i>

Integração de Processos

- ◆ Integração do back-office
- ◆ Padronização dos processos financeiros e contábeis
- ◆ Ganhos de sinergia
- ◆ Melhora significativa do resultado do 4T14 x 3T14 com o avanço da receita e ganhos no G&A



E mais:

- Uniformização de identidade visual
- Ações de relacionamento e treinamento dos colaboradores UniSEB

Operações EAD

- ◆ Captação da graduação EAD
 - 2014.3 → +165%
 - 2014.4 → +20%
- ◆ Migração de alunos do modelo “Telepresencial” para o modelo “100% online”
- ◆ Primeira onda de migração dos alunos dos polos parceiros para unidades próprias da Estácio
- ◆ 43% dos polos credenciados operando no sistema Estácio
- ◆ Curso de Medicina → 40 vagas com 41,6 candidatos/vaga





- 1. Estratégia***
- 2. Plano de Ação 2015***
- 3. Captação 2015.1***
- 4. PraValer***
- 5. Ações de Retenção***
- 6. Recap Resultados 2014***
- 7. UniSEB***
- 8. Conclusão***

- ◆ **Garantir 2015**
- ◆ **Buscar Plano de EBITDA/Fluxo de Caixa**
- ◆ **Seguir na Marcha das 20 Milhas**
- ◆ **Preparar a Estácio dos próximos semestres**
- ◆ **Crises e Oportunidades**
- ◆ **Médio e Longo Prazos**

