



Estácio
45 anos

Estácio Participações
Reunião Pública | APIMEC-Rio

Outubro/2015

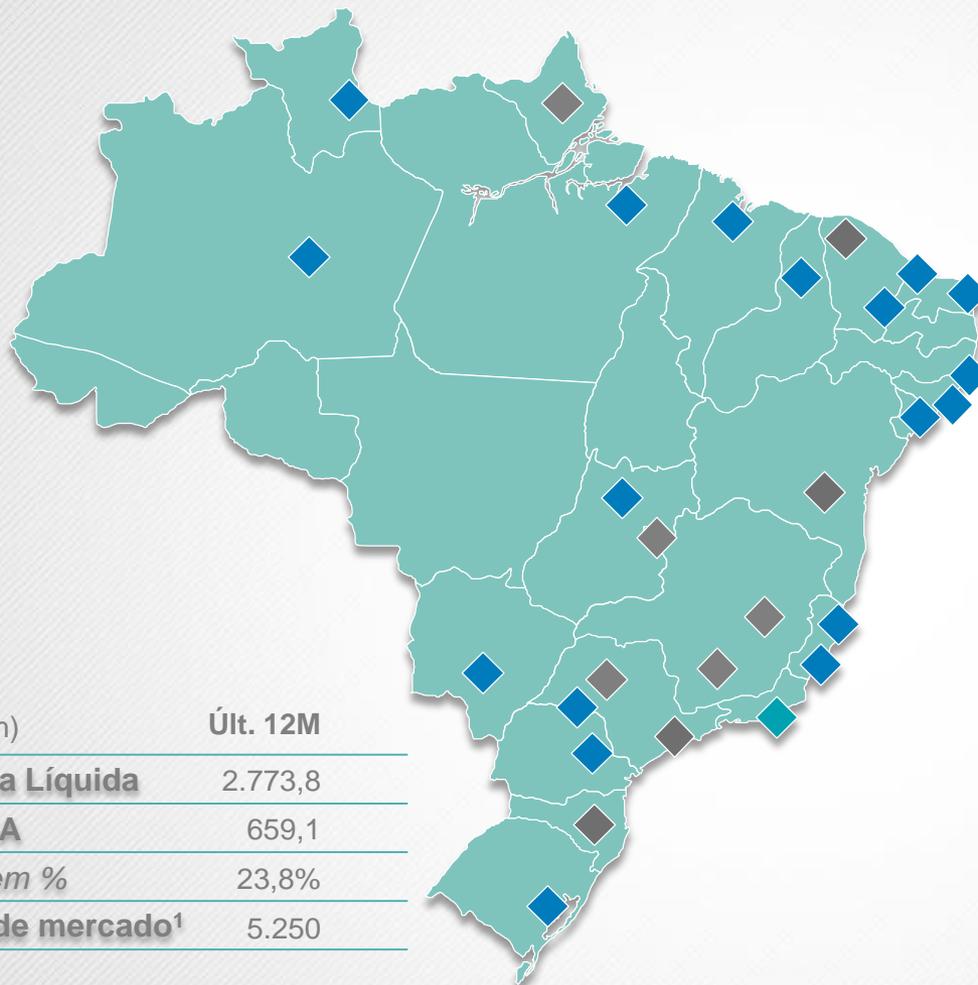


1. **Recap**
2. 2015: Novo Cenário
3. Resultados Recentes
4. Expectativas

Estácio: a Única Marca Nacional de Educação



Estácio
45 anos



| (R\$ mm) | Últ. 12M |
|-------------------------------------|----------|
| Receita Líquida | 2.773,8 |
| EBITDA | 659,1 |
| <i>margem %</i> | 23,8% |
| Valor de mercado¹ | 5.250 |

◆ Universidade ◆ Faculdade ◆ Centro Universitário



+9 mil professores e +5 mil administrativos



Presença nacional: campi e polos de ensino a distância (EAD)



90 campi em 45 cidades



170 polos ativos de EAD



78 carreiras



Mais de 500 mil alunos



134 mil alunos a distância



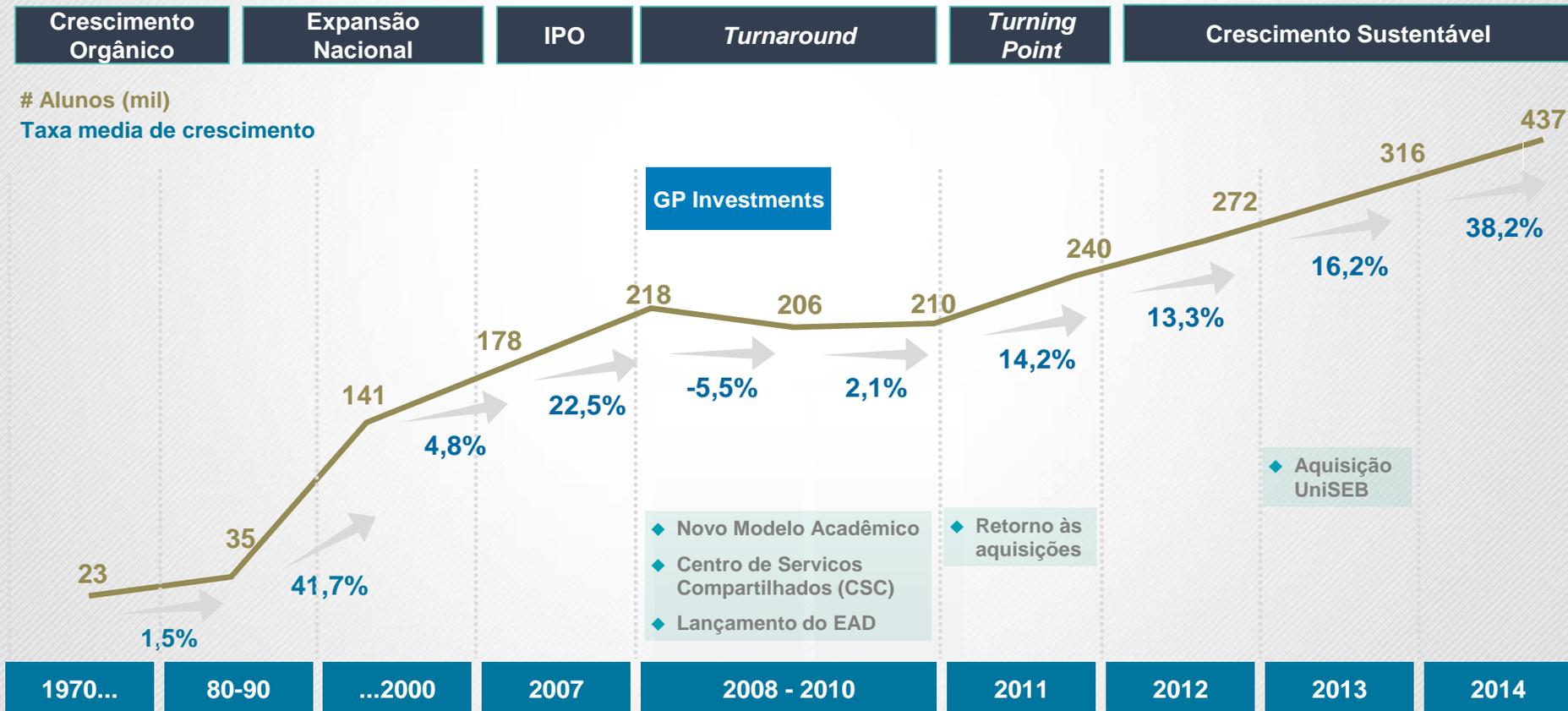
62 mil alunos de pós-graduação

Desde 1970 no Setor de Ensino Superior



Estácio
45 anos

Após intensa expansão que culminou na abertura de capital em 2007, a Estácio tomou o tempo para “arrumar a casa” entre 2008-10...



Turnaround: Criando uma Nova Companhia



Estácio
45 anos



Universidade Corporativa



Inovação

COMO COMEÇAR UMA START-UP



Turnaround



Cultura & Sistemas de Gestão



VANTAGENS COMPETITIVAS



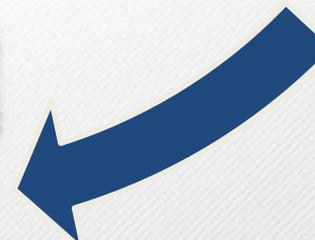
Modelo Acadêmico



Marca



CSC

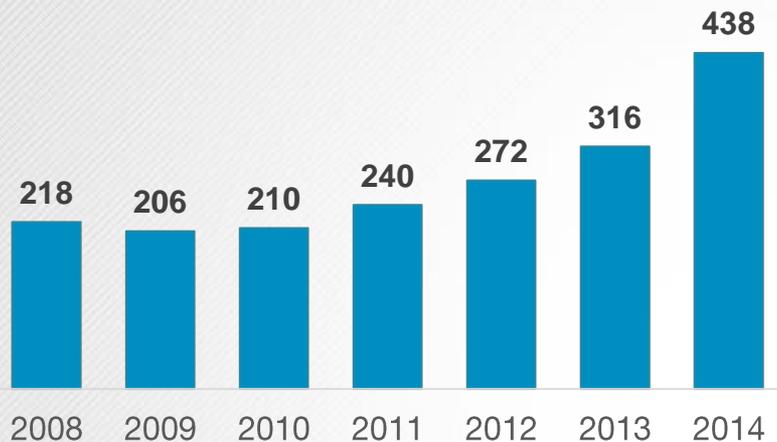


Consistente Entrega de Resultados

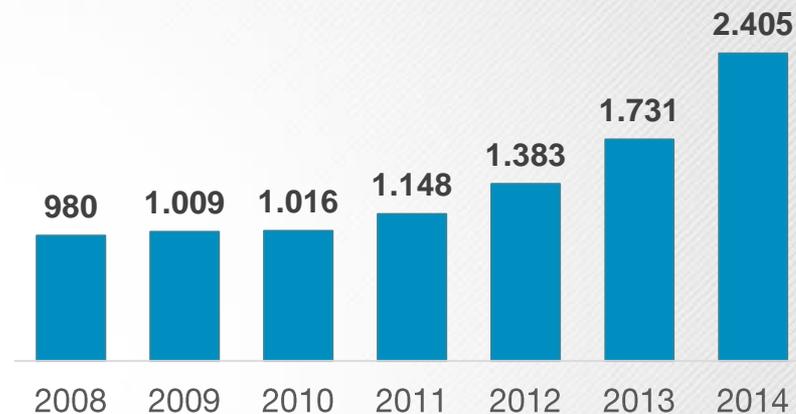


Estácio
45 anos

Base de Alunos – Ensino Superior (mil)



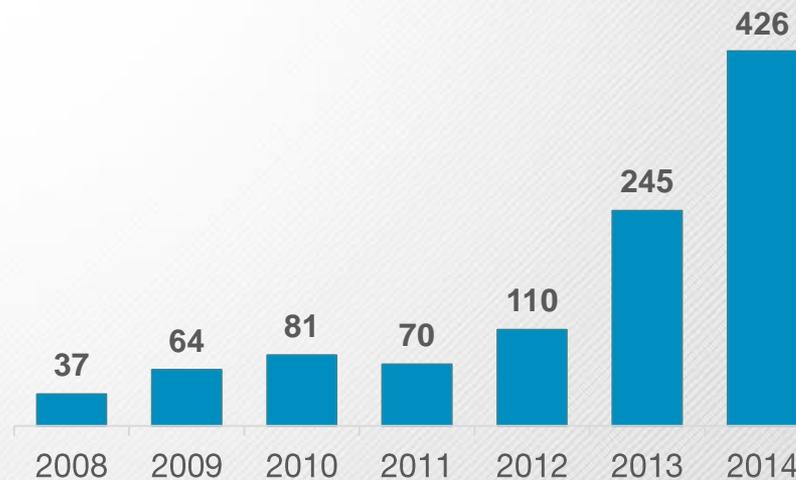
Receita Líquida (R\$ mm)



EBITDA (R\$ mm)



Lucro Líquido (R\$ mm)



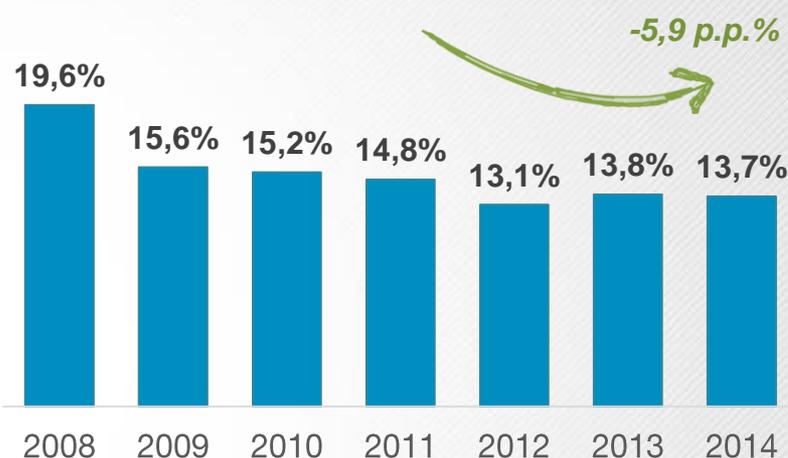


Crescimento e Ganhos de Eficiência...

Custos de Pessoal/Receita Líquida (%)



Desp. Gerais & Adm. /Receita Líquida (%)



Custos de Aluguel/Receita Líquida (%)

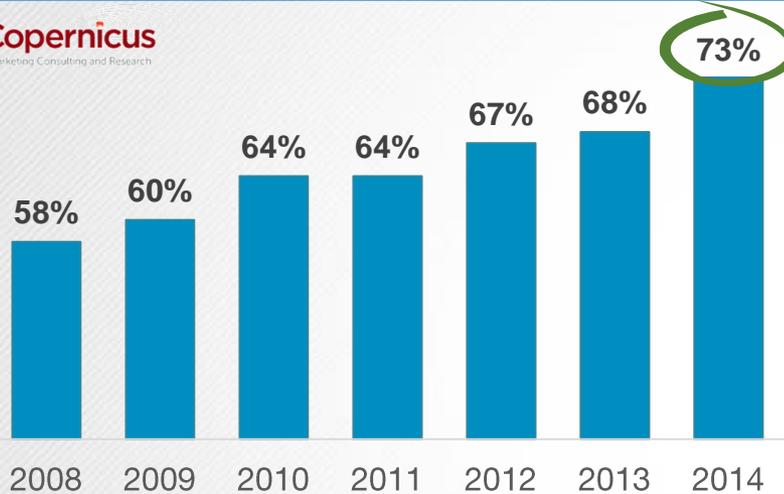


- ✓ Ganhos de escala – melhor ocupação das unidades
- ✓ Planejamento acadêmico
- ✓ Orçamento matricial & benchmarking
- ✓ Orçamento base-zero
- ✓ *Sourcing* estratégico



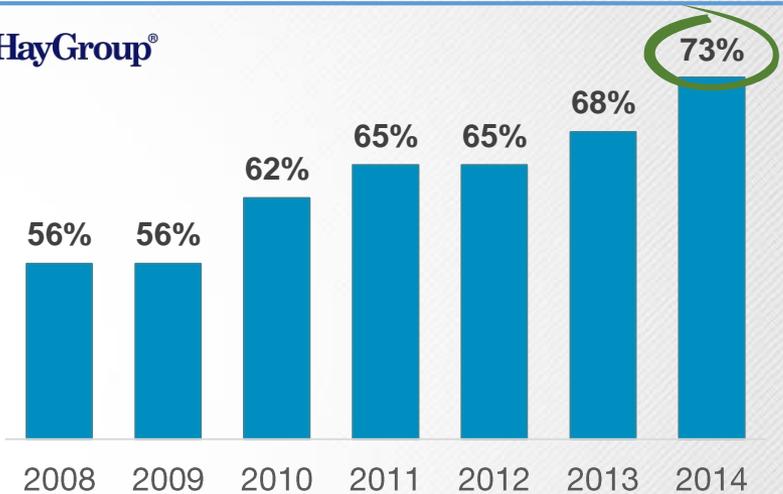
PESA – Pesquisa de Satisfação do Aluno (Presencial)

Copernicus
Marketing Consulting and Research



Satisfação dos Colaboradores

HayGroup®



PESA – Pesquisa de Satisfação do Aluno (EAD)

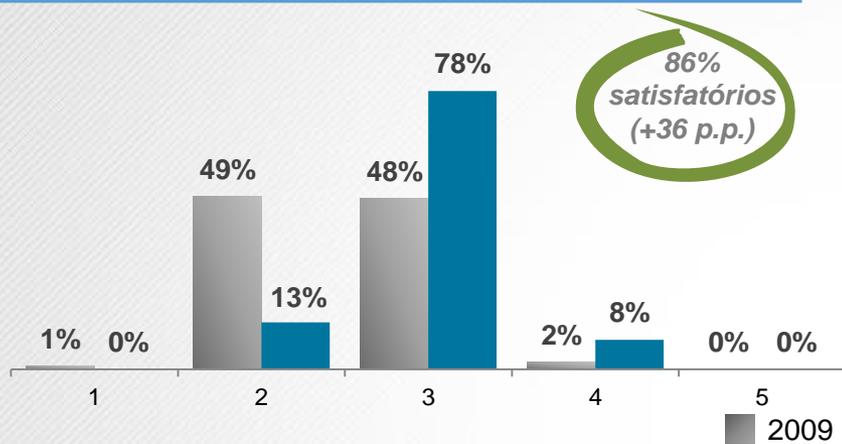
Copernicus
Marketing Consulting and Research



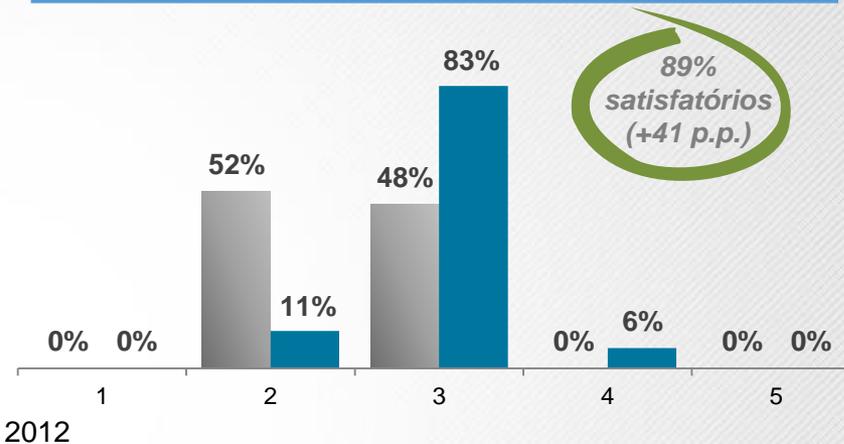
- ✓ Melhora significativa na satisfação dos nossos alunos, com destaque para o segmento EAD
- ✓ Melhora de 5 p.p. no clima organizacional em 2014 – 10,8 mil participantes



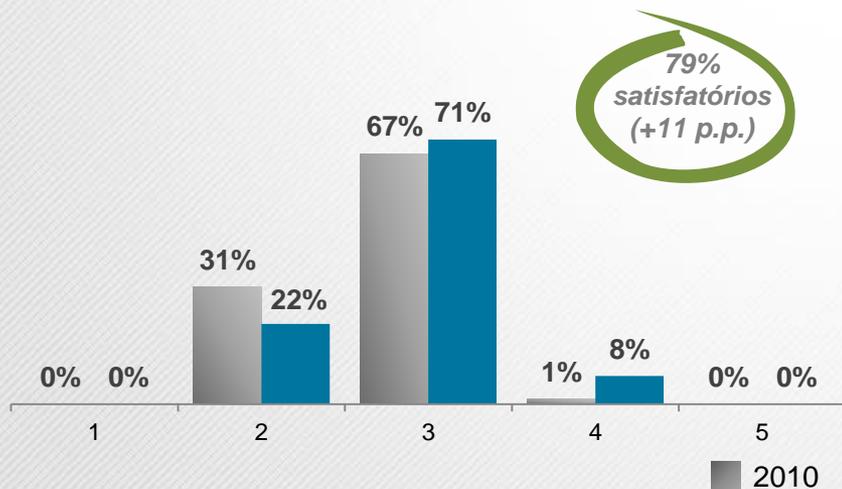
CPC – Conceito Preliminar de Cursos (2012 x 2009)



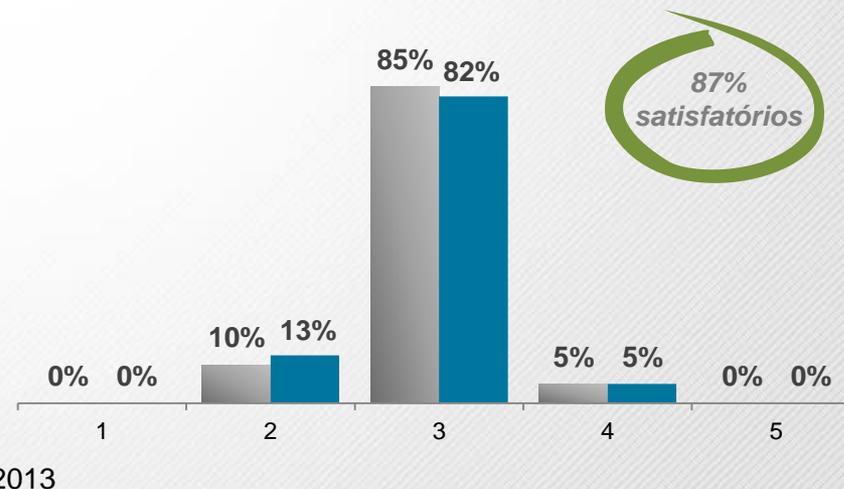
IGC – Índice Geral de Cursos (2012 x 2009)



CPC – Conceito Preliminar de Cursos (2013 x 2010)



IGC – Índice Geral de Cursos (2013 x 2010)

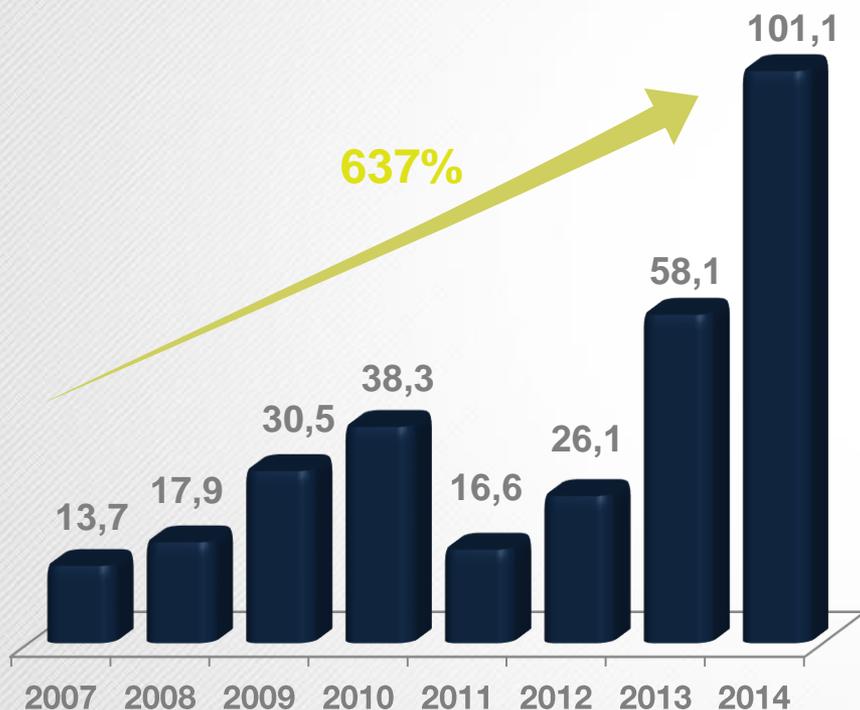


... Sem Esquecer dos Nossos Acionistas

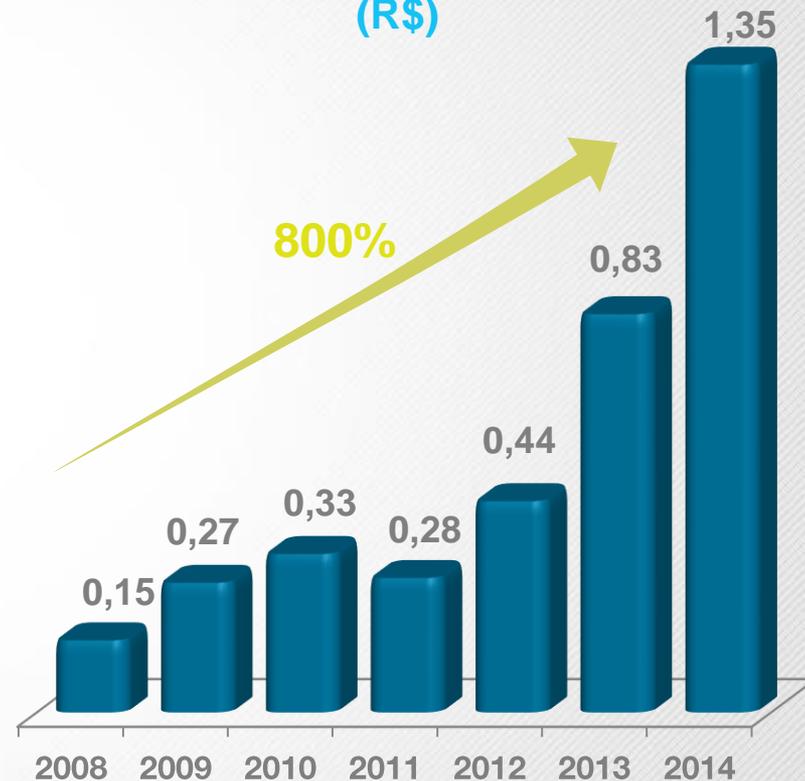


Estácio
45 anos

**Dividendos distribuídos
(R\$ milhões)**



**Lucro por Ação
(R\$)**



Em um Setor com Fundamentos Sólidos



Estácio
45 anos

Setor com sólidos fundamentos e a Estácio é uma companhia arrumada pronta para continuar se beneficiando

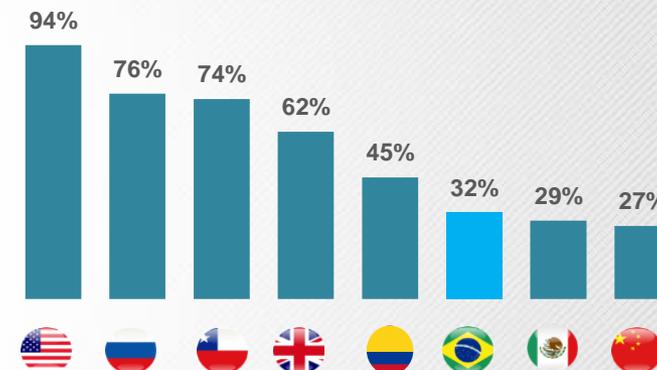
Visão Geral do Plano Nacional de Educação (Lei de 2014)



| (18 a 24 anos) | Censo 2013 | Alvo PNE |
|---|-------------|--------------|
| Taxa líquida de matrícula ¹ | 16,5% | 33,0% |
| Taxa bruta de matrícula ² | 32,3% | 50,0% |
| Total de alunos matriculados no ensino superior | 7,3 milhões | 10,0 milhões |

- ◆ Não é possível para o Governo atingir as metas para o Ensino Superior sem o Setor Privado
- ◆ Não é possível alcançar as metas sem o FIES ou alguma forma de financiamento

Penetração do Ensino Superior²



Fundamentos permanecem os mesmos

- Bônus demográfico
- Classe C cresceu e agora acredita que pode ter acesso ao ensino superior
- Alto retorno após a graduação

Incremento de Salário Pós-Formação



Notas:
 (1) Porcentagem de matrículas da população de 18 a 24 anos no Ensino Superior
 (2) Porcentagem de matrículas no Ensino Superior em relação à população de 18 a 24 anos.

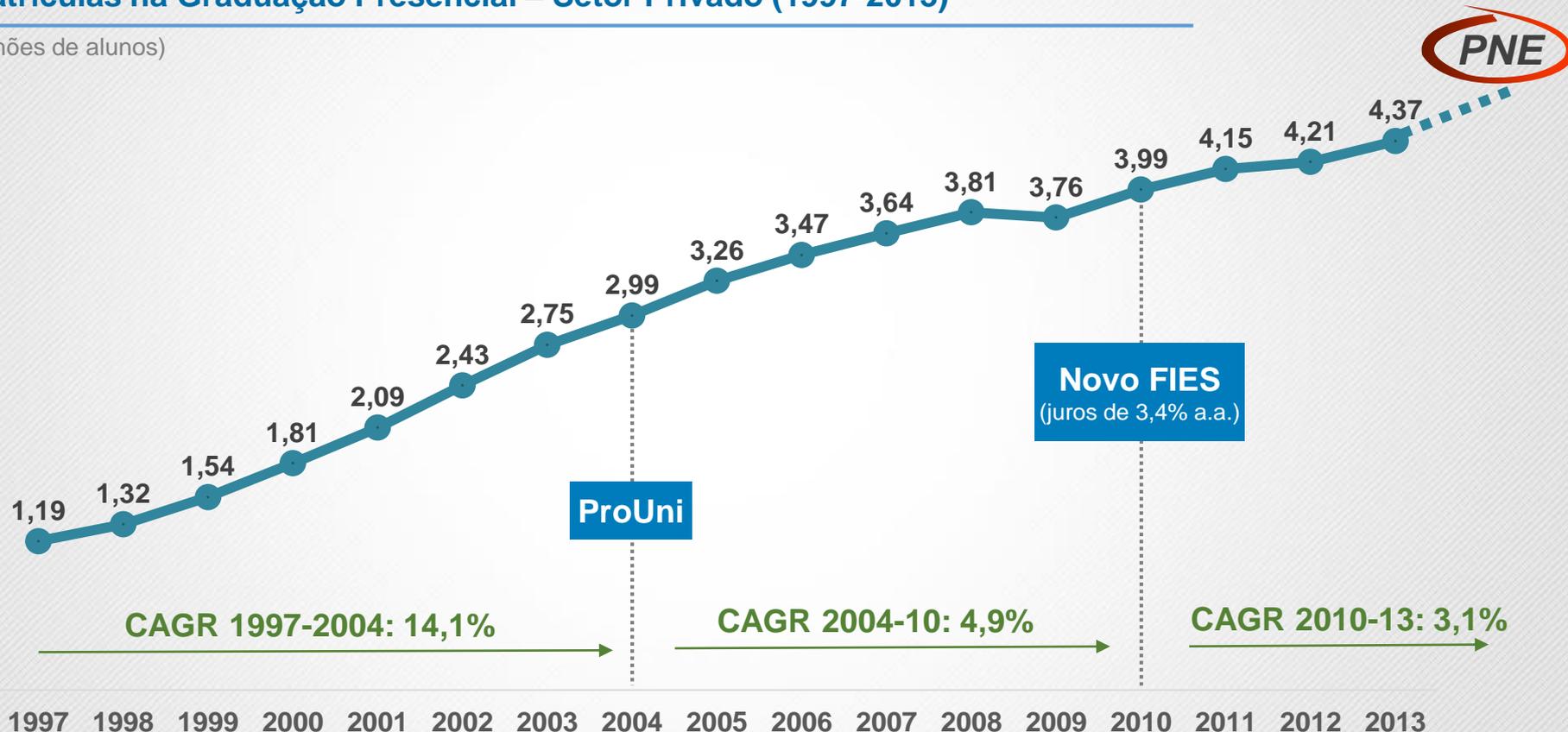
... O Setor Privado é Essencial para a Educação



Estácio
45 anos

Matrículas na Graduação Presencial – Setor Privado (1997-2013)

(milhões de alunos)



Políticas públicas são importantes, mas elas não alteraram a média de crescimento do setor...



Estácio

45 anos

... e a Estácio Cresce Acima do Mercado

Graduação Presencial – Estácio¹ (2009-2014)

(mil)



Graduação EAD – Estácio² (2009-2014)

(mil)



Graduação Presencial – Estácio (2011-2014)

(mil)



CAGR DO MERCADO ENTRE 2011-13: 3%

A Estácio, organizada e com fundamentos sólidos, cresceu acima da média do mercado, ganhando *market share*, em cenário tanto com e sem FIES

Notas:

(1) Não considera aquisições em 2014.

(2) Não considera UniSEB.



1. Recap
2. **2015: Novo Cenário**
3. Resultados Recentes
4. Expectativas



FIES



Instabilidade política



Aumento do desemprego



Crise macroecômica



Queda na confiança do consumidor

Reforçando o Posicionamento da Estácio



Estácio
45 anos

Nunca baseamos nossa estratégia de crescimento em políticas públicas. Nosso PRODUTO sempre foi nosso principal atrativo.

2011 - 2014

- ◆ Não depender do FIES → especialmente para atrair alunos
- ◆ Foco em alunos com dificuldades financeiras
- ◆ Minimizar seleção adversa
- ◆ Permanecer abaixo da media nacional de penetração do FIES



FIES
Programa de Financiamento
Estudantil

2015 - Futuro

- ◆ Desenvolver alternativas de financiamento, junto com instituições financeiras
- ◆ Gradual redução da exposição ao programa
- ◆ Foco ainda maior em nossos atributos e diferenciais
- ◆ Diversificação (novos negócios)
- ◆ Trabalho em conjunto com outras instituições de educação para desenvolver o “FIES 2.0”

Como Estamos Lidando com o Novo Cenário?



Estácio
45 anos

Quais são os desafios?



**CAPACIDADE DE
PAGAMENTO**



COMPETIÇÃO



DEMANDA

Quais são as nossas ferramentas?

GESTÃO



PRECIFICAÇÃO



**ALTERNATIVAS DE
FINANCIAMENTO**



Como Estamos Lidando com o Novo Cenário?



Estácio
45 anos

Quais são os desafios?



**CAPACIDADE DE
PAGAMENTO**



COMPETIÇÃO



DEMANDA

Quais são as nossas ferramentas?

GESTÃO



PRECIFICAÇÃO



**ALTERNATIVAS DE
FINANCIAMENTO**





Central de Captação

- ◆ Solução: Talisma CampusNexus CRM da empresa Campus Management
- ◆ **Central vocacional com consultores especializados** entrando em contato com os interessados
- ◆ Contato feito em minutos após o interessado acessar nosso *site*
- ◆ **Estratégia de vouchers** para a concessão de descontos, para **concluir matrículas em cursos/unidades prioritários**, de acordo com:
 - (1) Histórico de formação de turmas
 - (2) Preço da mensalidade
 - (3) Rentabilidade atual da turma (alunos por turma)
 - (4) Número de inscritos
 - (5) Sazonalidade da demanda
- ◆ **Projeto Piloto na pós-graduação**: alto nível de sucesso permitiu a **implantação, ainda em caráter provisório, para a graduação no 2S15**

“Compromisso Estácio”

- ◆ **Nova campanha** adotada nesse cenário mais turbulento: **menos vagas FIES & maior desemprego**
- ◆ Mudança de estratégia feita durante a captação do 2º semestre - somente **possível graças à nossa marca nacional única**
- ◆ Foco é estar próximo dos alunos e candidatos, **oferecendo alternativas** para que eles possam **continuar com o sonho de estudar**





Mapear o Perfil “EVASOR”
(Acadêmica, Financeira e Qualidade)

Preventivo: coordenadores devem marcar reuniões com os alunos mapeados como potenciais evasores

Preventivo: aulas de reforço para as disciplinas que mais reprovam

Preventivo: scripts detalhados para as células de retenção em cada unidade

Correção: Manual de retenção (entrevista de trancamento)

◆ Indicadores para cada nível de gestão

- Preventivo: monitoramento do número de reuniões
- Corretivo: percentual de reversão nas entrevistas

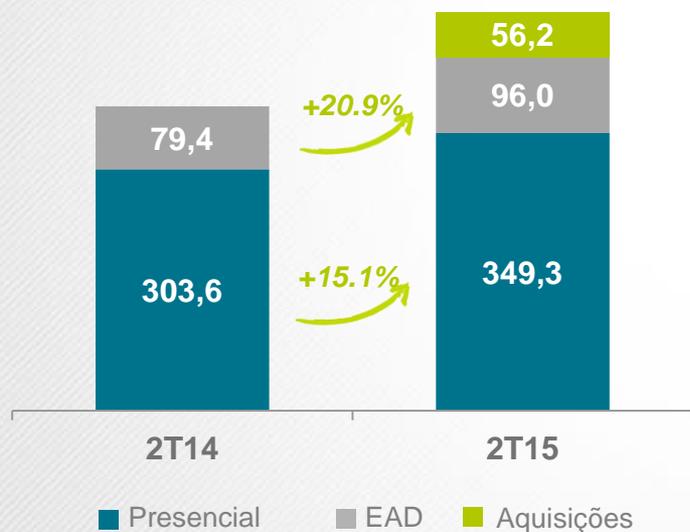
◆ Copa Retenção: competição entre todas as unidades





BASE DE ALUNOS – 1S15

(mil)



Taxas de evasão no 1S15 sob controle

CAPTAÇÃO E RENOVAÇÃO – 2S15

Expectativa
3T15 x 3T14

Graduação
Presencial

+3 a +6%

Graduação EAD

+8 a +12%

Taxas de renovação no 3T15 similares às apresentadas no 3T14, tanto no presencial quanto no EAD

Como Estamos Lidando com o Novo Cenário?



Estácio
45 anos

Quais são os desafios?



**CAPACIDADE DE
PAGAMENTO**



COMPETIÇÃO



DEMANDA

Quais são as nossas ferramentas?

GESTÃO



PRECIFICAÇÃO



**ALTERNATIVAS DE
FINANCIAMENTO**



Estratégia de Preço Definida por Localidade

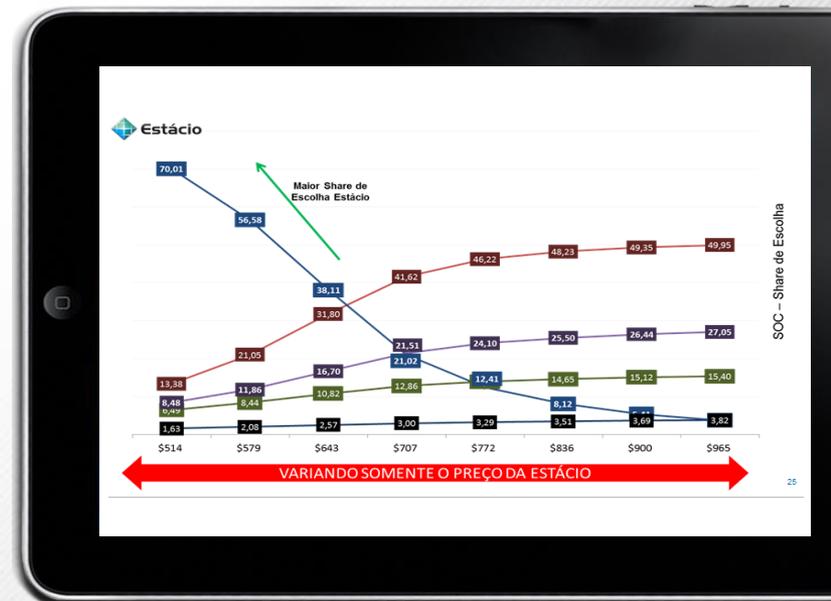


Estácio
45 anos

Preços e descontos são definidos por praça e curso.

Estudos de elasticidade-preço realizados em cada praça → manutenção de margens e *market share*

- ◆ Análise de público e demanda por praça e bairro
- ◆ Sem entrar em guerras de preço
- ◆ Oferta de opções de menor custo (EAD e EAD Mais)
- ◆ Descontos estratégicos
- ◆ Alternativas de pagamento



Como Estamos Lidando com o Novo Cenário?



Estácio
45 anos

Quais são os desafios?



**CAPACIDADE DE
PAGAMENTO**



COMPETIÇÃO



DEMANDA

Quais são as nossas ferramentas?

GESTÃO



PRECIFICAÇÃO



**ALTERNATIVAS DE
FINANCIAMENTO**





◆ PraValer

- ✓ Pagamento do curso em até 2 vezes a sua duração
- ✓ Parcelamento: 50% do valor da mensalidades + IPCA, sem juros para o aluno
- ✓ Estácio subsidia a taxa de juros: 1,82% a.m.
- ✓ Recebemos a semestralidade antecipada após a finalização da contratação
- ✓ PraValer assume o risco de inadimplência
- ✓ Cerca de 5 mil contratos em junho

◆ Condições de parcelamento

- ✓ Foco no cartão de crédito (8x sem juros, 12x com juros)
- ✓ Condições específicas para cada tipo de aluno – análise de situação acadêmica e financeira
- ✓ Condições especiais para os alunos que perderam FIES

◆ Seguro Educacional

◆ Novas opções de financiamento para 2016





1. Recap
2. 2015: Novo Cenário
- 3. Resultados Recentes**
4. Expectativas

Resultados 1S15



Estácio
45 anos

| DRE (R\$ milhões) | 2T14 | 2T15 | Var. | 1S14 | 1S15 | Var. |
|--------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|------------------|
| Receita Líquida | 589,1 | 774,3 | 31,4% | 1.127,3 | 1.496,7 | 32,8% |
| Custo Caixa | (333,6) | (430,8) | 29,1% | (629,4) | (813,1) | 29,2% |
| Pessoal | (254,9) | (327,8) | 28,6% | (486,9) | (623,3) | 28,0% |
| Alugueis | (39,9) | (55,5) | 39,1% | (83,1) | (112,9) | 35,9% |
| Material Didático | (21,4) | (21,8) | 1,9% | (28,0) | (30,9) | 10,4% |
| Serviços de Terceiros e outros | (17,4) | (25,7) | 47,7% | (31,4) | (46,0) | 46,5% |
| Lucro Bruto Caixa | 255,6 | 343,6 | 34,4% | 498,0 | 683,6 | 37,3% |
| <i>Margem Bruta</i> | <i>40,8%</i> | <i>41,9%</i> | <i>1,1 p.p.</i> | <i>41,7%</i> | <i>43,0%</i> | <i>1,3 p.p.</i> |
| Despesas Comerciais e G&A | (149,4) | (177,6) | 18,9% | (262,4) | (321,5) | 22,5% |
| EBITDA | 106,0 | 166,1 | 56,6% | 235,5 | 362,0 | 53,7% |
| <i>Margem EBITDA</i> | <i>18,0%</i> | <i>21,4%</i> | <i>3,4 p.p.</i> | <i>20,9%</i> | <i>24,2%</i> | <i>3,3 p.p.</i> |
| Lucro Líquido | 86,0 | 131,9 | 53,4% | 211,7 | 262,5 | 24,0% |
| <i>Margem Líquida</i> | <i>14,6%</i> | <i>17,0%</i> | <i>2,4 p.p.</i> | <i>18,8%</i> | <i>15,8%</i> | <i>-3,0 p.p.</i> |
| Lucro por Ação (R\$) | 0,29 | 0,42 | 44,8% | 0,71 | 0,83 | 16,9% |

- Ganho de eficiência e crescimento continuaram no 1º semestre do ano
- 3,3 pontos percentuais de ganho de margem operacional (EBITDA)



1. Recap
2. 2015: Novo Cenário
3. Resultados Recentes
4. **Expectativas**



Oportunidades de consolidação com instituições pequenas mais afetadas pela crise...

- ◆ Restrições de caixa afetando as instituições menores
 - ◆ Instituições de menor porte tem um balanço mais frágil e/ou podem depender excessivamente do FIES
 - ◆ Cenário de crise pode criar oportunidades interessantes de consolidação
 - ◆ Ativos continuam sendo constantemente mapeados
 - ◆ Aquisições transformacionais/de maior parte não estão descartadas, sobretudo nesse cenário
- Estratégia de adquirir pequenas e medias instituições continua
- Atenção para oportunidades maiores

Em julho, anunciamos a aquisição da Faculdade Nossa Cidade, em Carapicuíba/SP, que possui 8,7 mil alunos e 16 mil vagas, por R\$90 milhões



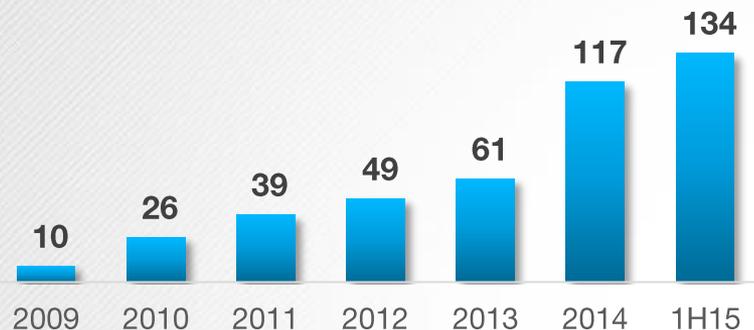
Ensino a Distância Ganha Importância



Estácio
45 anos

Mais Ensino a Distância em nossa operação contribuirá para ganhos de margem

Base de Alunos EAD (mil)



Participação do EAD (% sobre a Receita Líquida Total)



- Até o 1S15, esse aumento foi puramente orgânico
- Com a integração da UniSEB, a participação do EAD na nossa operação deve aumentar mais rapidamente

- ◆ Ensino a distância é uma **alternativa de menor custo que cabe no bolso dos alunos** – maior oferta de FIES favorece a demanda por cursos presenciais (mais caros)
- ◆ **Alavancagem da operação da UniSEB** (aumento do número de alunos por polo)
- ◆ **Aumento da abrangência** para distribuir nosso modelo 100% online
- ◆ Protocolos para mais **225 polos** sendo analisados pelos Ministério da Educação (MEC)

Tamanho médio dos polos

Estácio: cerca de 1,6 mil alunos/polo
UniSEB: cerca de 300 alunos/polo

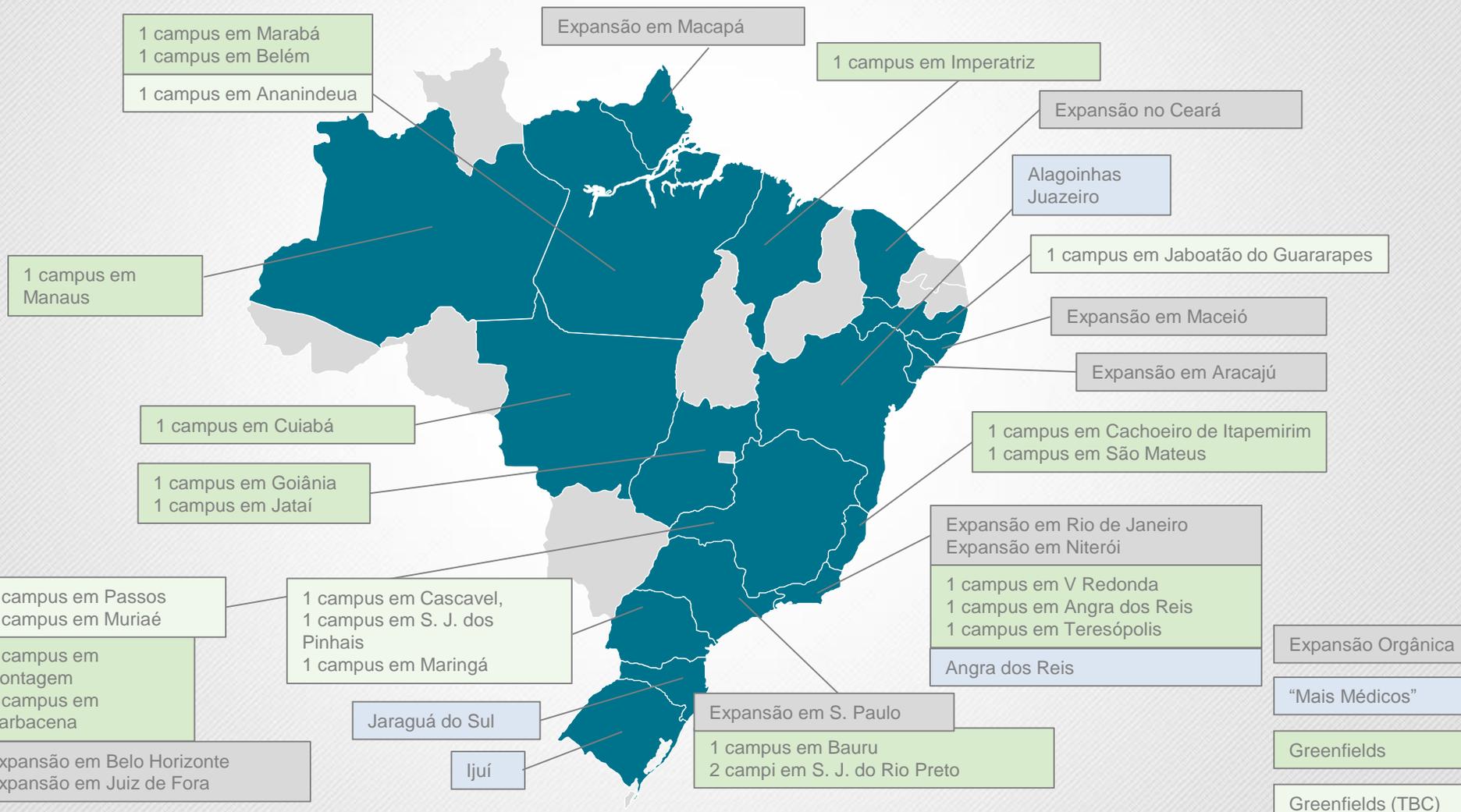
Oportunidade para ganhos de escala

Expansão Orgânica A Todo Vapor



Estácio
45 anos

24 protocolos para novos campi, além do lançamento de 5 unidades em praças onde temos autonomia



Também abriremos 5 cursos de Medicina em novas cidades pelo programa Mais Médicos

Sólida Posição de Caixa para Crescer



Estácio
45 anos

Atrasos nos pagamentos das mensalidades FIES nos levaram a reforçar nosso caixa em 2015. Hoje, somos uma companhia com sólida posição de caixa e baixa alavancagem

Estrutura de Capital

| R\$ milhões | 30/06/2014 | 30/06/2015 |
|-----------------------------------|------------|------------|
| Patrimônio líquido | 1.752,0 | 2.574,0 |
| Caixa e disponibilidades | 787,4 | 493,9 |
| Endividamento bruto | (312,8) | (853,3) |
| Empréstimos bancários | (269,0) | (779,8) |
| Curto prazo | (16,2) | (223,6) |
| Longo prazo | (252,8) | (556,2) |
| Compromissos a pagar (Aquisições) | (36,0) | (56,6) |
| Parcelamento de tributos | (7,9) | (16,9) |
| Caixa / Dívida líquida | 474,6 | (359,4) |

Dívida Líquida*: R\$359,4 milhões

Dívida Líquida*/EBITDA 12 meses: 0,6x

Novos Financiamentos

- ◆ **Novas linhas de financiamento** para manter a Companhia capitalizada mesmo com os atrasos do FIES
 - ✓ **Out 2014:** R\$300 milhões em debêntures (CDI + 1,18% a.a.)
 - ✓ **Mar 2015:** R\$200 milhões em linha com o Itaú (CDI + 0,12% a.a.)
 - ✓ **Set 2015:** R\$187 milhões em debêntures (112% do CDI)

Total: R\$687 milhões

*Não considerando a emissão de debêntures de R\$187 milhões concluída em setembro.



Fundamentos de longo prazo do setor: mercado de ensino superior brasileiro tem a penetração muito baixa



Nosso público alvo vê educação como uma conquista, além de ser um modo de preservar os recentes ganhos sociais e de renda



Pesquisas internas indicam que Educação é uma prioridade para as famílias brasileiras durante a crise



A Estácio está pronta para continuar a crescer mesmo em um cenário mais adverso após 7 anos de preparação



Consolidação e novos negócios permanecem no radar



Estácio

45 anos

Relações com Investidores

www.estacioparticipacoes.com.br
ri@estacioparticipacoes.com
+55 21 3311 9700



Esta apresentação contém considerações futuras referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Estácio Participações. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Estácio Participações em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais 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, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Estácio Participações e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.