



ser
educacional

Apresentação Institucional
Agosto/18

Perfil do grupo Ser Educacional

1

Mercado brasileiro de ensino superior e visão social Ser Educacional

2

As vias de crescimento da Companhia

3

Resultados operacionais e financeiros

4

Plano de ação 2018

5

Anexos

6



ser
educacional

Perfil do Grupo Ser Educativo

O Grupo Ser Educacional



- 1

Líder no mercado de ensino superior nas regiões Norte e Nordeste, regiões que apresentam as maiores taxas de crescimento do setor no Brasil
- 2

Portfólio completo de cursos nos segmentos de ensino presencial e ensino a distância (EAD), ofertados por meio de marcas regionais e elevada capilaridade
- 3

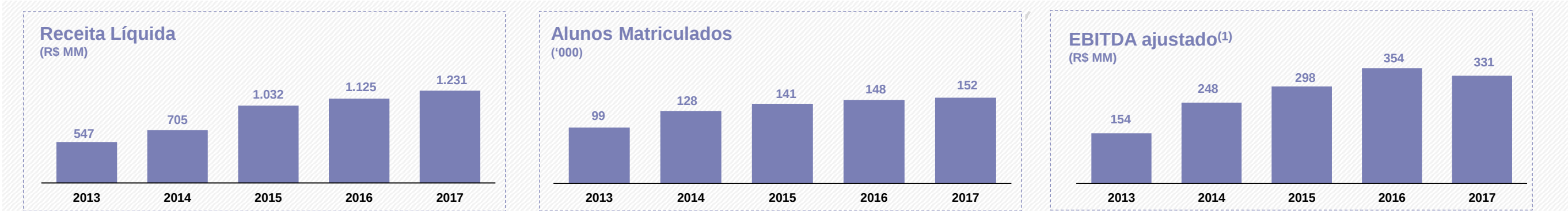
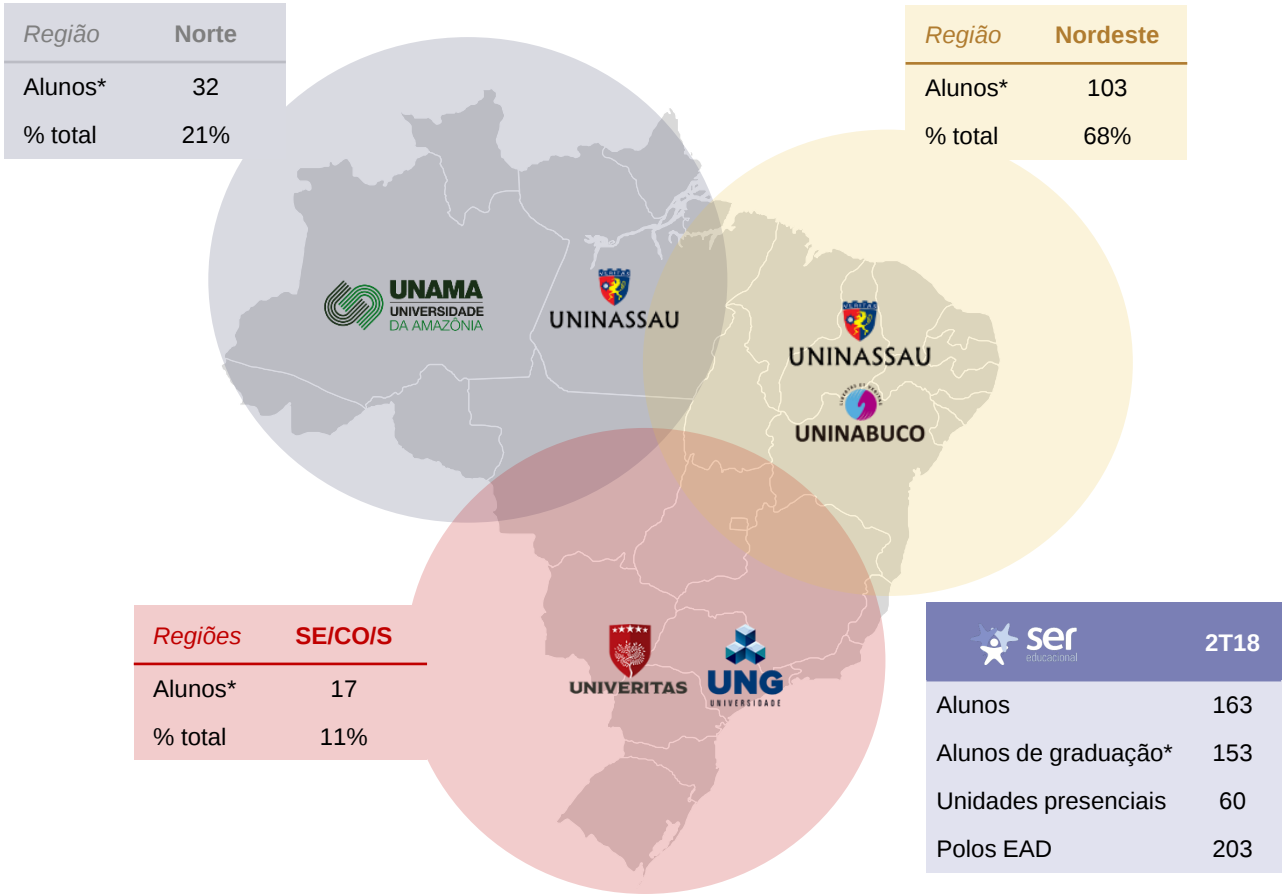
Oportunidades de crescimento visíveis: crescimento orgânico de unidades de ensino presencial, expansão da rede de polos EAD e aquisições
- 4

DNA de inovação no setor educacional e engajamento social, reconhecido pelo mercado e comunidades locais
- 5

Proposta de valor ao aluno com base em qualidade de ensino, infraestrutura de ponta e reconhecimento do mercado de trabalho
- 6

Empresa com acionista controlador (53% do capital), com sólido histórico de execução, padronização de processos e ganho de eficiência operacional

Distribuição da base de alunos (´000) e marcas regionais no 2T18



Fonte: Companhia. Nota: (1) EBITDA ajustado, conforme divulgado pela Companhia. * Alunos de graduação presencial e EAD

15 anos de desenvolvimento consistente combinando crescimento orgânico e por aquisições

2003-2007
Player Local

2008-2013
Player Regional

2014-2018
Player Nacional

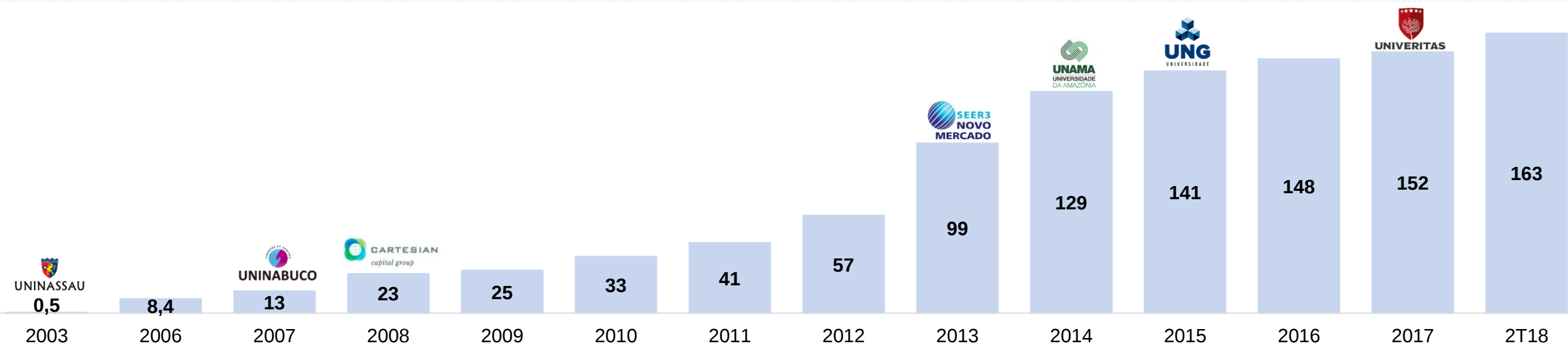
Principais Desenvolvimentos

- Criação das primeiras unidades:
 - UNINASSAU do Recife (PE)
 - UNINASSAU João Pessoa (PB)
 - UNINASSAU Campina Grande (PB)
 - UNINABUCO Paulista (PE)

- Investimento da Cartesian Capital Group
- Presença em todas as capitais do Nordeste por crescimento orgânico e aquisições
- Presença nas maiores cidades do Norte por meio de aquisições em Belém e Manaus
- IPO no Novo Mercado da B3

- Aquisições da UNAMA (PA), UNG (SP) e Centro Universitário no Rio de Janeiro (RJ) e de credenciamentos em Belo Horizonte (MG), Fortaleza (CE), Olinda (PE), Parnamirim (RN) e São Lourenço da Mata (PE)
- 40 credenciamentos de novos campi presenciais
- Lançamento de 203 polos EAD em todo o Brasil (saltando de 14 polos após o marco regulatório de jul/17)
- Lançamento da marca UNIVERITAS para operações nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste
- Aumento de capital R\$392mm em Nov/17

Evolução da base total de alunos ('000)



Histórico de resultados consistentes desde o IPO

	@ IPO (2T13)	Hoje (2T18)	
 Regiões	Foco nas regiões Nordeste e Norte	Nacional	Foco em marcas regionais
 # de alunos	76 mil	163 mil	~2x maior
 # unidades presenciais em operação	23 unidades	60 unidades	~3x maior
 # Polos EAD	zero	203 Polos	400 em operação até 2019
 Receita Líquida UDM¹	R\$ 368 mm	R\$ 1.253 mm	~3x maior
 EBITDA UDM¹	R\$ 126 mm	R\$ 301 mm	~2x maior
 EBITDA UDM¹ / Estudante	R\$ 1.650/ano	R\$ 1.844/ano	Ganho de eficiência

Geração de valor consistente desde o IPO

¹ UDM: últimos 12 meses



ser
educacional

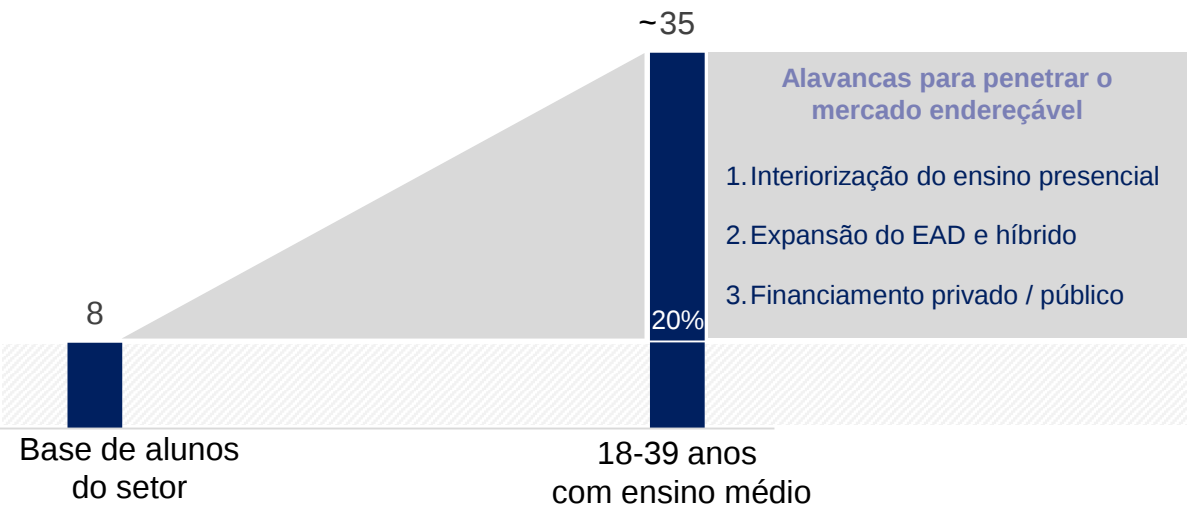
**Mercado brasileiro de ensino
superior e visão social Ser
Educacional**

Mercado endereçável relevante e gera valor aos alunos



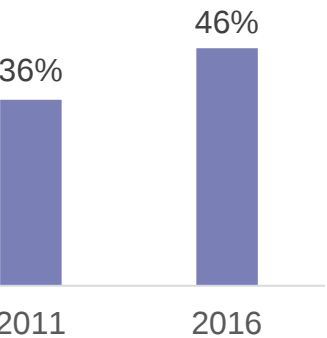
Análise do mercado endereçável

Análise do mercado endereçável brasileiro (em mm habitantes) - 2016



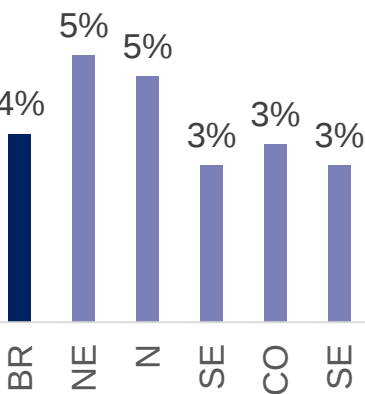
Fonte: IBGE, INEP e Estimativas Ser Educacional

Participação de mercado dos 10 maiores players (total de 2,4 mil competidores)



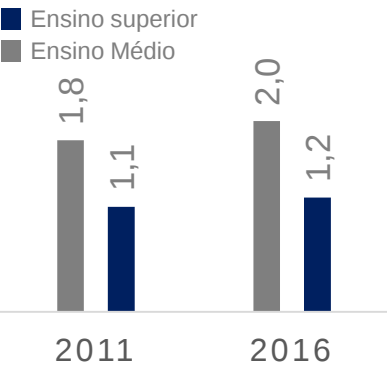
Fonte: INEP/Santander

CAGR Base de alunos por região (2011 – 2016)



Fonte: INEP / Ser Educacional

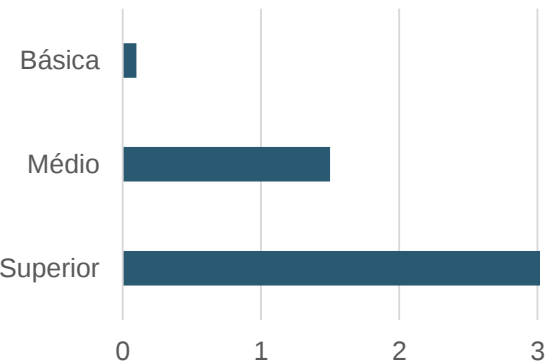
Formandos ensino médio x ensino superior (mm de alunos)



Fonte: INEP

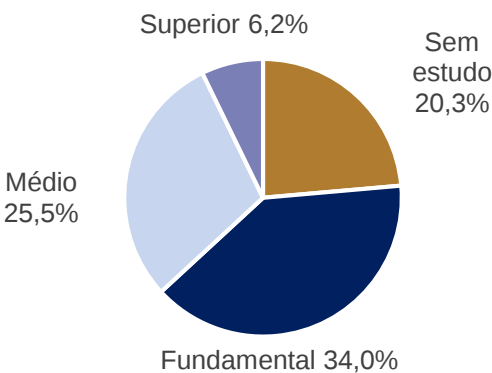
Ensino superior demonstra ser valioso para o aluno

Salário médio por nível de educação
R\$/000mês 2T16 25-34 anos



Fonte: IBGE/PNAD e JP Morgan

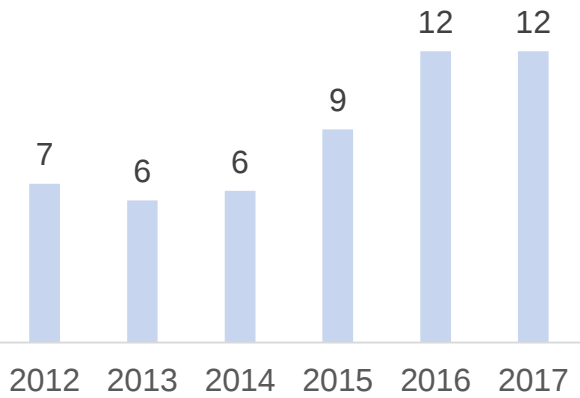
Desempregados por nível educacional



Fonte: IBGE Fev/18

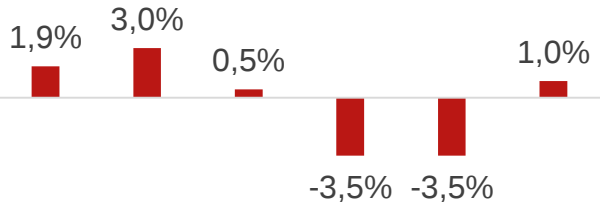
Em um cenário econômico desafiador nos últimos anos

Brasileiros desempregados (mm de habitantes)



Fonte: IBGE

Crescimento % do PIB Ano a Ano

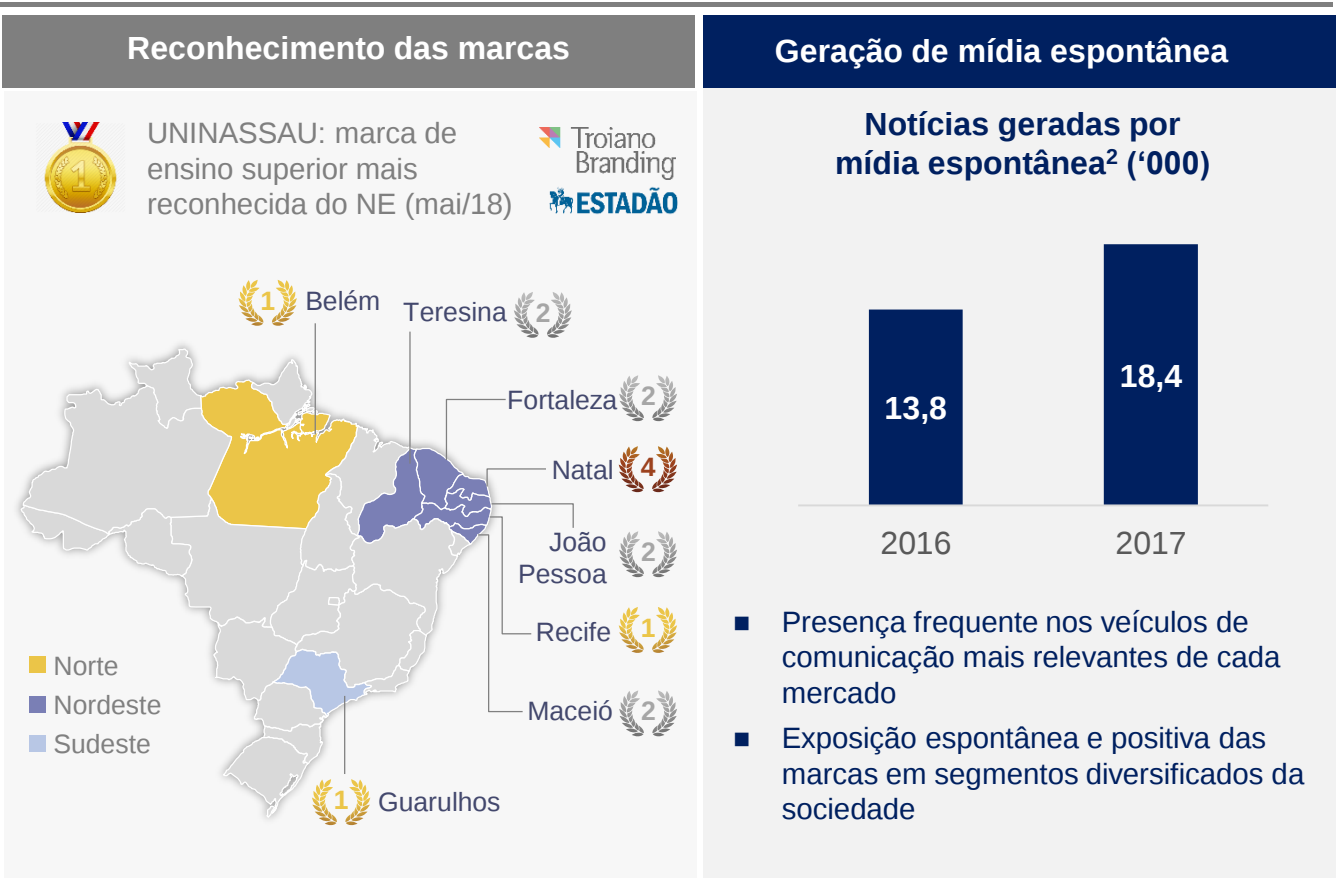


Fonte: IBGE

Ciclo virtuoso de geração de valor via atividades sociais



Ampla reconhecimento do mercado das marcas regionais



Estudo de caso internacional



- Estudo de caso internacional sobre a eficiência na geração de ensino a preços acessíveis, com retornos financeiros e a educação como ferramenta de mobilidade social
- Publicação: outubro de 2017 (clique no logo para download)

¹ Pesquisa e reconhecimento de marca por cidade realizada pela Companhia, pesquisa na região Nordeste realizada em parceria da Troiano Branding com o jornal O Estado de São Paulo em maio de 2018

² Número de publicações veículos online e impressos, desconsidera rádio e TV.

Portfólio de atividades diversificado garante o movimento sistemático do ciclo virtuoso de geração de valor social

Projetos Sociais

Mais de 20 projetos sociais disseminando conhecimento, promovendo diálogo e inclusão

Projetos Destaque

- Mães Produtivas
- Circo Social
- Praia sem Barreiras
- Bike sem barreiras
- Faculdade na comunidade
- Bullying: campanha finalista em Cannes ([veja o vídeo aqui](#))



Meio Ambiente



+4 mil animais silvestres resgatados em 10 anos

ZooUNAMA trabalha na recuperação de animais e na reinserção das espécies na Floresta Amazônica

Saúde



83 mil atendimentos na área da Saúde em 2017

Segmentos de atendimento ao público por alunos em regime de supervisão dos professores:

- Medicina
- Odontologia
- Nutrição
- Psicologia
- Fisioterapia
- Fonoaudiologia
- Enfermagem

Esporte



Trabalhabilidade: apoio na geração de renda

Núcleo de Carreiras

- Parcerias com empresas
- Captação de vagas
- Processos seletivos para empresas parceiras
- Ações para egressos
- Pesquisas orientação profissional
- Mostra Empregabilidade
- Portal de vagas e blog carreiras
- Orientação elaboração de CV e plano de carreira

Portal de Carreiras



Vagas Ofertadas

Ano	Quantidade
2016	8,1
2017	26,1

+223%

Empresas Parceiras

Ano	Quantidade
2016	2,4
2017	9,1

+279%

- 100% dos cursos possuem a cadeira de empreendedorismo
- +4 mil atendimentos por ano nos núcleos de práticas jurídicas
- Incubadora de startups



Educação: Qualidade de ensino para todos

Metodologia educacional única com matriz curricular integrada que permite comparação de desempenho entre unidades por meio da prova colegiada

PDCA Acadêmico

P (Planejar)	D (Fazer)
- Projeto pedagógico - Matriz curricular - Planos de ensino - ISO9001	- Apoio pedagógico - Diário eletrônico - Avaliações
- Cursos de nivelamento - Oficinas - Planos de ação	- Auditoria acadêmica - Prova colegiada - Check list
A (Avaliar)	C (Controlar)

Desenvolvimento

- Treinamento de docentes
- Desempenho acadêmico por unidade
- Semana pedagógica
- Roda de mestres

Foco no desenvolvimento dos alunos e da sociedade: +20 congressos multidisciplinares por ano e cursos gratuitos de verão nos principais campi da Companhia

OPORTUNIDADE 03/07/2016 - 10h22

Faculdade de Fortaleza oferta mais de 3 mil vagas para cursos gratuitos no mês de férias

As inscrições são realizadas por meio do site ser educacional e o interessado deve doar, como taxa simbólica, 1kg de alimento. Os cursos acontecem entre os dias 11 e 22 de julho

Para quem deseja aperfeiçoar seus conhecimentos neste mês de férias, o Projeto Capacita da Faculdade Maurício de Nassau, campus Fortaleza, está ofertando mais de **três mil vagas** para cursos gratuitos. São 53 especializações que vão desde empreendedorismo à saúde, tendo direito a emissão de **certificado**. Os interessados devem acessar o **site ser educacional** para realizar a inscrição e doar, como taxa simbólica, 1kg de alimento não-perecível para ser destinado às instituições sociais parceiras.

SERVIÇO
O POVO Online lista programações de férias em shoppings de Fortaleza

FARÓIS BAIXO





ser
educacional

**As vias de crescimento para
a Companhia**

Vias de crescimento bem definidas com foco em gerar valor sustentável aos acionistas

			
Vias de crescimento / Racional estratégico	1 Ensino Presencial	2 Ensino a Distancia	3 Aquisições
Expansão geográfica	▪ “Ramp-up” de 14 unidades ▪ + 5 novas unidades em 2019 ▪ Aprox +10 unidades / ano a partir de 2020	▪ Nova regulação EAD de julho/17 ▪ 203 polos abertos nos últimos 12 meses ▪ 400 polos em funcionamento até 4T19	▪ Foco em instituições tradicionais e com marcas fortes e reconhecidas ▪ Preferência por Universidades, centros universitários com portfólio de cursos nas áreas de saúde e engenharia
Capilaridade	▪ Unidades novas em cidades com ao menos 200 mil habitantes e microrregiões com 400 mil habitantes	▪ Amplo portfólio de cursos no modelo 100% online ▪ Rede de polos próprios e polos parceiros	▪ Expansão regional por meio de novas unidades presencias e expansão EAD ▪ Ganho de sinergias comerciais por meio da nova marca
Vantagens competitivas	▪ Matriz curricular e centro de serviços compartilhados 100% integrados em todas as marcas ▪ Marcas regionais reconhecidas pelo mercado de trabalho	▪ Plataforma nova e com tecnologia de ponta ▪ Novo entrante com marcas regionais reconhecidas	▪ Sólida posição de caixa ▪ Track record positivo em consolidação de instituições ▪ Backoffice e modelo acadêmico “Plug and play”
Objetivo estratégico: Ser dominante nas regiões Nordeste e Norte e relevante nas demais regiões do País			

O modelo de negócios da Ser é desenhado para oferecer uma proposta de valor superior aos alunos



Localização

- A localização é um fator chave que influencia na escolha de um curso de ensino superior
- Unidades estrategicamente localizadas próximas aos trabalhos e hubs de transporte público dos alunos



Infraestrutura

- Instalações desenhadas para oferecerem a melhor experiência estudantil possível
- Instalações reconhecidas pelo MEC e pelas comunidades locais



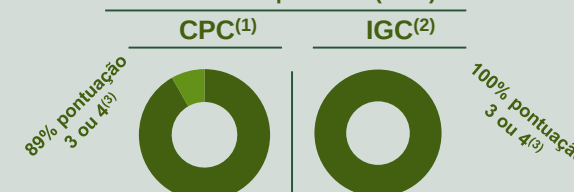
Qualidade acadêmica

- A melhor qualidade acadêmica compatível com a necessidade e percepção de valor do aluno
- UNAMA: Melhor Universidade Privada do Norte em 2016 e 17
- 1ª Companhia listada a deter 2 Centros Universitários com CI ⁽³⁾ 5 (UNINASSAU Recife e UNIVERITAS Rio de Janeiro)



Conceito
5
Máximo

Métricas de qualidade (2016)



Colocação profissional / progressão na carreira

- Análise frequente dos cursos oferecidos para atender à demanda do mercado de trabalho
- Atividades extracurriculares destinadas para facilitar o acesso dos formados aos melhores empregos disponíveis
- Núcleo de empregabilidade e carreiras



Forte portfólio de marcas ancoradas em uma proposição de valor imbatível para o aluno

Marcas regionais e direcionadas para segmentos específicos de mercado

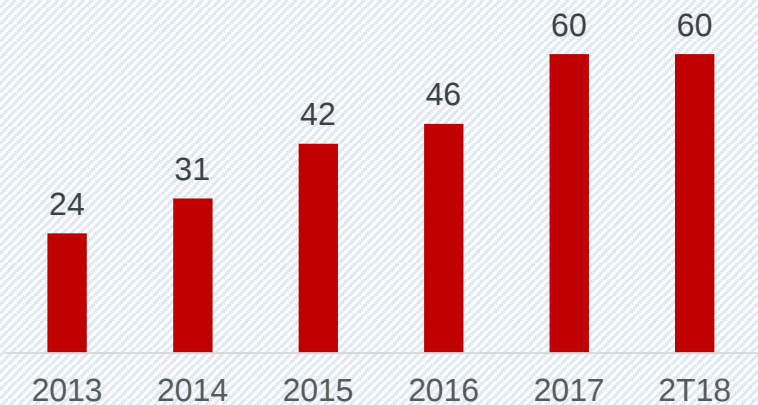


Foco na padronização, monitoramento e controle de processos que levam a maiores escalabilidades e rentabilidades

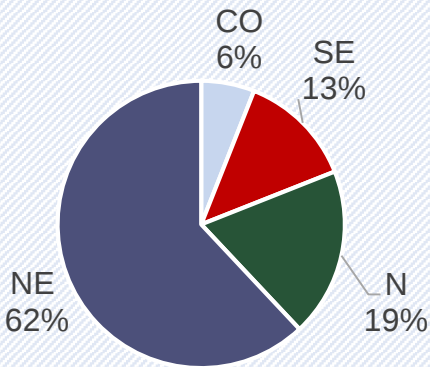


Crescimento orgânico presencial

Unidades em operação



Unidades abertas nos últimos 12 meses por região



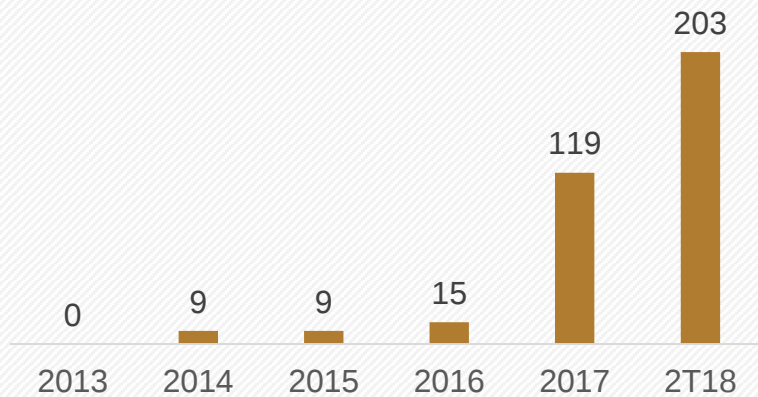
Status do credenciamento de novas unidades

Status dos Credenciamentos Obtidos	Quantidade
Novos credenciamentos em operação	17
Credenciamentos obtidos em operacionalização	20
Total de credenciamentos obtidos desde o IPO	40
Credenciamentos em andamento no MEC	5
Total de Credenciamentos do plano de expansão	45

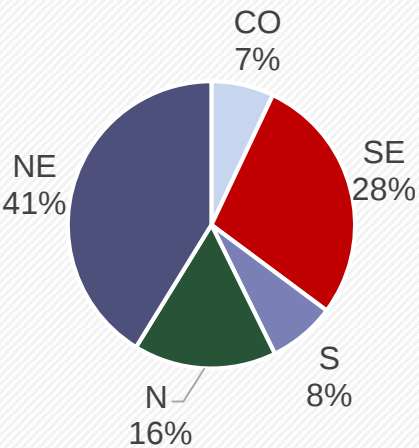
- Nova regulamentação de autonomia para universidades, centros universitários e faculdades

Crescimento orgânico EAD

Polos EAD em operação



Polos EAD abertos nos últimos 12 meses por região



Status dos Centros Universitários EAD credenciados

Unidades	CI EAD*	Polos autorizados/ano
UNINASSAU do Recife	4	150
UNINASSAU de Maceió	4	150
UNIVERITAS/UNG de Guarulhos	5	250
UNAMA de Belém	5	250
Total autorizados por ano		800

*CI = Conceito Institucional

Plataforma EAD preparada para dar suporte ao plano de crescimento



Integração de todas as atividades de suporte ao EAD em uma única localização.



Investimentos adicionais marginais para suportar o crescimento da plataforma.



Consolidação da produção de conteúdo, maximizando a eficiência de custos.



Plataforma Premium de EAD



Metodologias de ensino ativas, sala de aula invertida e transmissão de aulas ao vivo.



Capacidade de rápida integração de aquisições futuras com investimentos adicionais reduzidos.



Plataforma EAD com as mais modernas técnicas pedagógicas e tecnologia de ensino de ponta

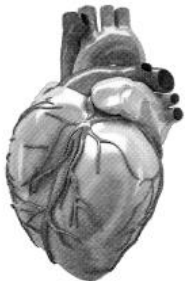
Realidade Aumentada

Na prática

GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store

Se preferir, baixe o aplicativo por meio do código ao lado ou <https://goo.gl/mYUBFr>



Download app:
Sagah Avaliação Nutricional

Sistema Antiplágio

safe assign
by iThenticate

Faculdade Maurício de Nassau Literatura popular

Alexandra [redacted]

1 Estudo de caso

2 Campus Grande 2017

3 Estudo de caso Numa turma de 1º ano do ensino médio de uma escola localizada em bairro nobre da cidade do Recife, uma professora apresenta para os seus alunos uma proposta didática para o trabalho com literatura de cordel. **4 Seus objetivos estão muito claros, desde eles:**

1. **Aprimorar a escrita ao refletir sobre a diferença entre a linguagem oral e a escrita;**

2. **Promover uma contextualização sociocultural (capacidades de investigação e estabelecimento de relações entre as situações de uso das línguas/linguagens e as diferentes realidades socioculturais);**

3. **Estimular um olhar crítico e simultaneamente poético sobre a realidade local, a cultura popular; perceber os muitos preconceitos decorrentes do valor social que é atribuído aos diferentes modos de falar;**

4. **Reconhecer a importância da literatura de cordel enquanto patrimônio histórico e cultural do povo pernambucano, nordestino e brasileiro;**

Avaliação On-Line 6 (AOL 6) - Atividade Contextualizada

Alexandra [redacted] em Voto, Nov 22 2017, 6:47 PM

64% highest match

Submission ID: 450995-857-Alex-bille-450995-857

Faculdade.docx

Word Count: 1,076

Attachment ID: 108019196

Citations (4/4)

✓ Selecionar as fontes e referências

1 Another student's paper

2 http://cordeparaba.blogspot.com/

3 Another student's paper

4 Another student's paper

Inteligência Artificial

- Introdução da SOFIA (SOFTWARE de Inteligência Artificial) no curso de empreendedorismo em 2018
- Resposta de perguntas sobre conteúdo acadêmico 24x7
- Comparação das notas entre alunos e sugestão automática de conteúdos para melhoria de aprendizado

ser educacional

Disciplina - Empreendedorismo

1ª Avaliação	2ª Avaliação	Final	Média Final
7	3.4	3.6	-

Gráfico Desempenho



Assuntos a estudar

Criatividade e Visão Empreendedora

Conceitos

Promoção

Recursos Humanos

Saída para o mercado

Como desenvolver o produto

Como desenvolver o produto

ANÁLISE DO MERCADO

Características do Espírito Empreendedor

O PROCESSO EMPREENDEDOR

Introdução ao Empreendedorismo

Gestão Cultural

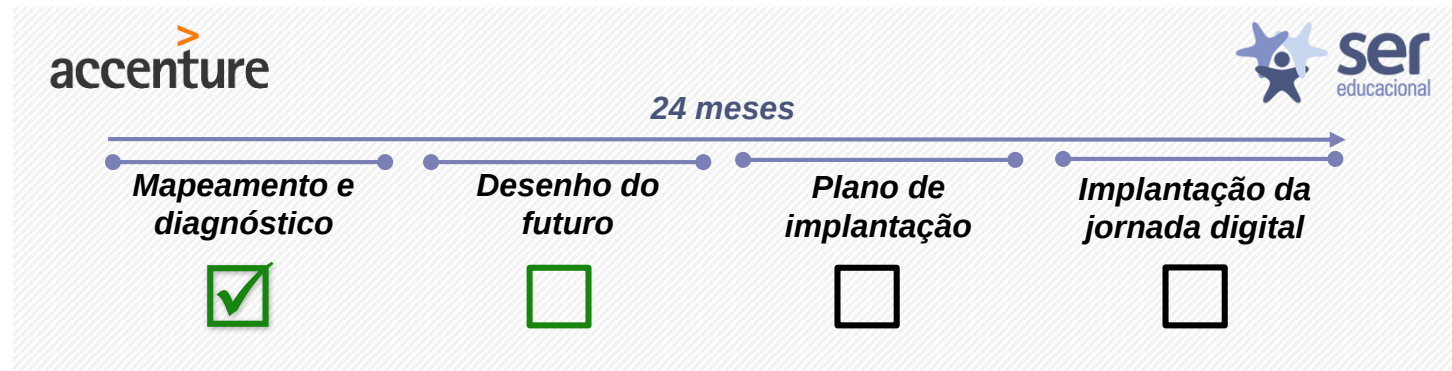
Office 365 gratuito para alunos e professores



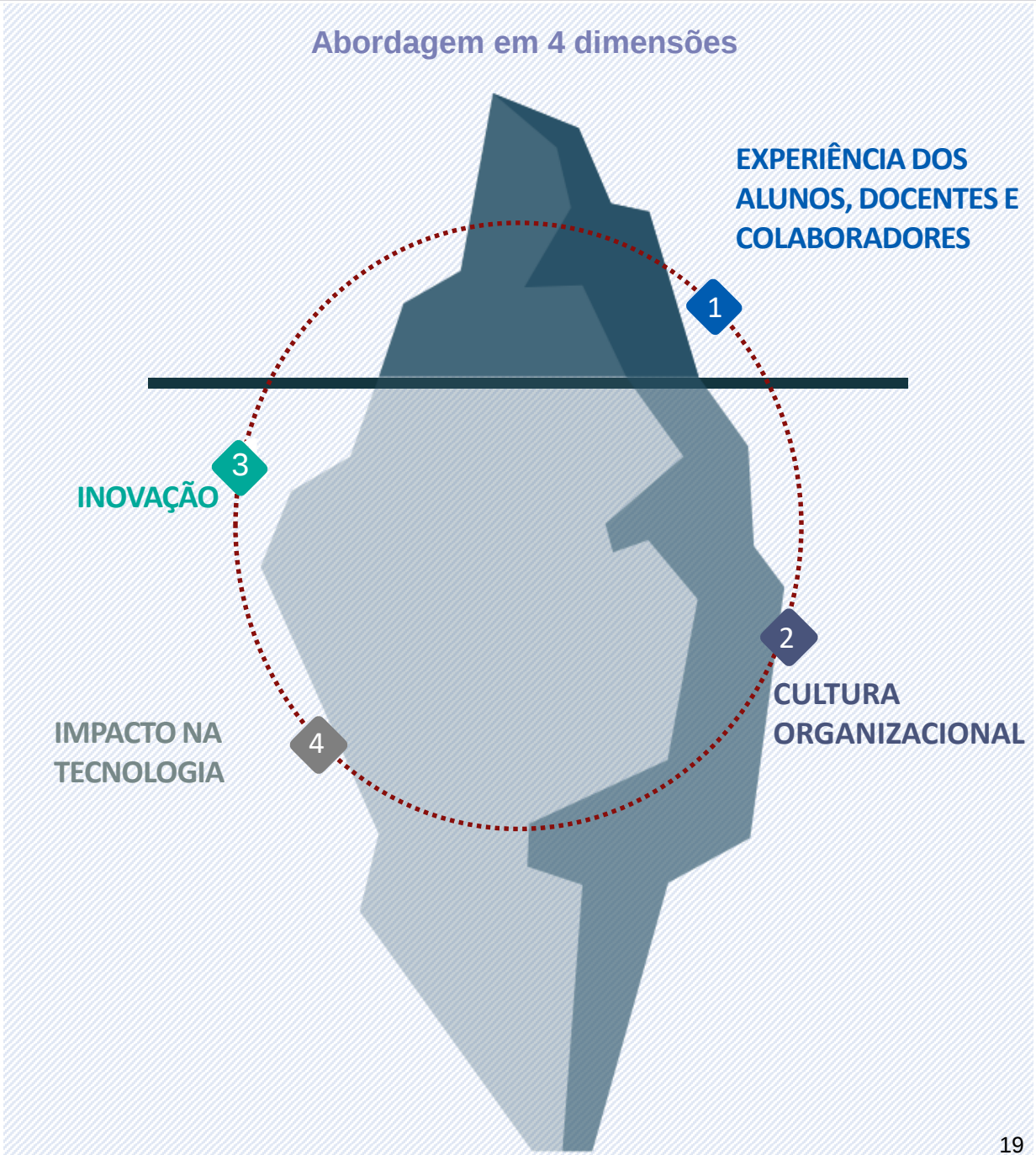
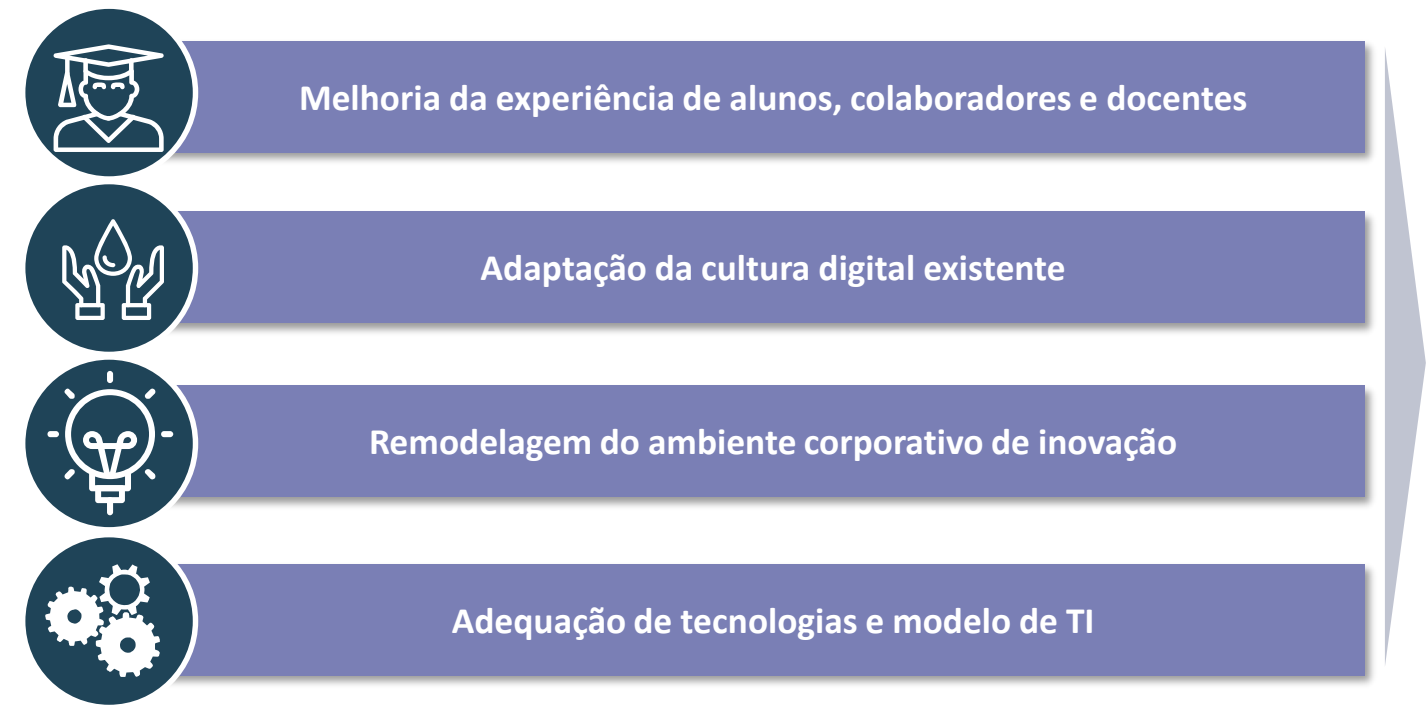
Projeto Ser Digital: transformação digital da Companhia com objetivos de geração de valor em longo prazo



Parceria com a Accenture para melhorar a experiência dos alunos em todas as etapas do processo de aprendizado e contato com as instituições de ensino da Companhia



Construção das soluções tecnológicas que sustentam a nova realidade digital



Histórico relevante em geração de valor por meio de aquisições

Ano	Cidade	Região	Valor R\$ MM	Alunos ('000)
2007	Campina Grande (PB)	NE	2,3	-
2008	Maceió (AL)	NE	10,0	1,0
2008	Natal (RN)	NE	5,0	0,7
2011	Belém (PA)	N	2,0	0,1
2012	Aracaju (SE)	NE	1,0	-
2013	Teresina e Parnaíba (PI)	NE	29,8	3,7
2014	Belém e Santarém (PA)	N	151,0	12,6
2015	Guarulhos (SP)	N	199,0	18,3
2015	Rio de Janeiro (RJ)	SE	10,0	-
2015	Parnamirim (RN) e Fortaleza (CE)	NE	6,0	0,4
2016	Belo Horizonte (MG)	SE	0.2	0

Atual foco em aquisições



Marcas regionais reconhecidas



Base de alunos em cursos de saúde e engenharias



Universidade ou Centro Universitário



Conceitos positivos de qualidade

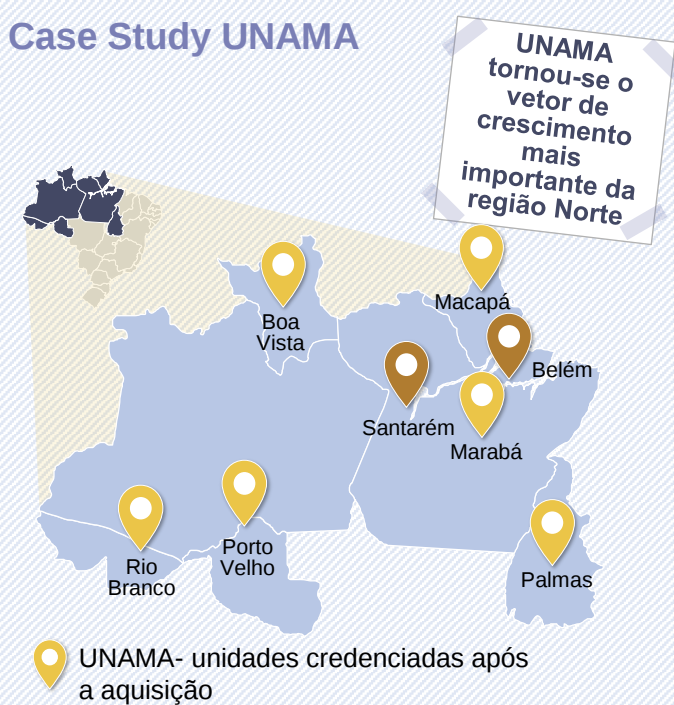


Localização geográfica estratégica



Potencial para *double turnaround*

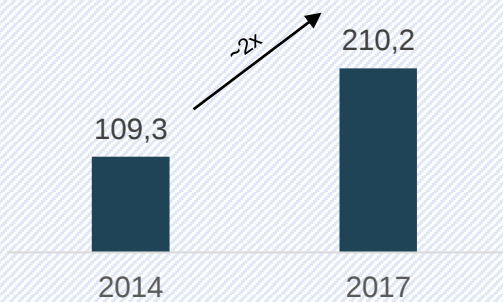
Case Study UNAMA



Double Turnaround Case

- Expansão da base de alunos e receita líquida
- Crescimento da margem EBITDA
- Utilização da marca regional para novas unidades e expansão EAD

Receita Líquida R\$MM

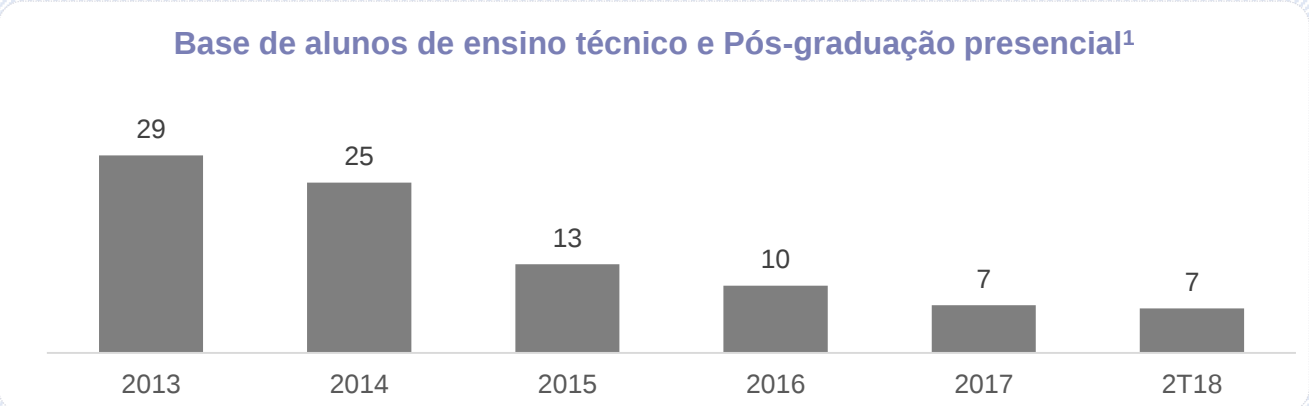
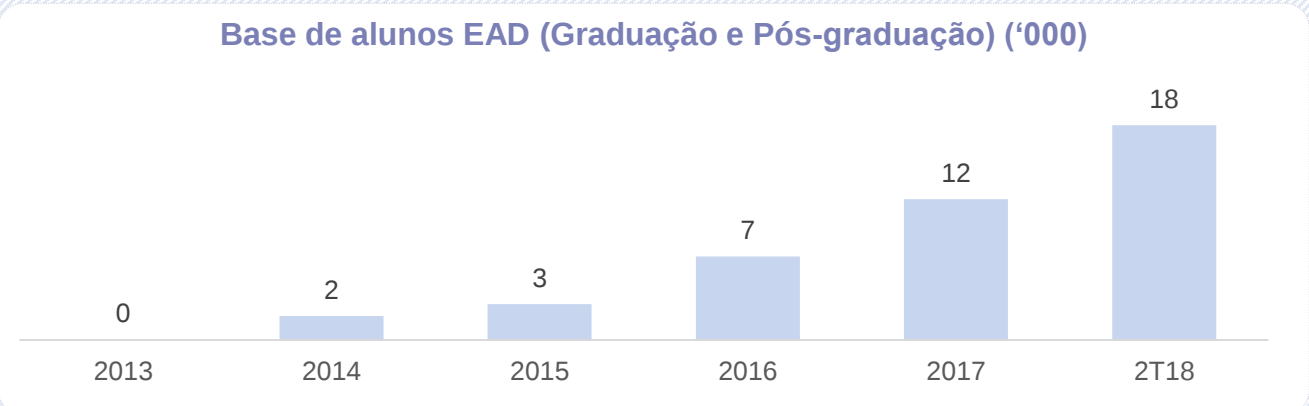
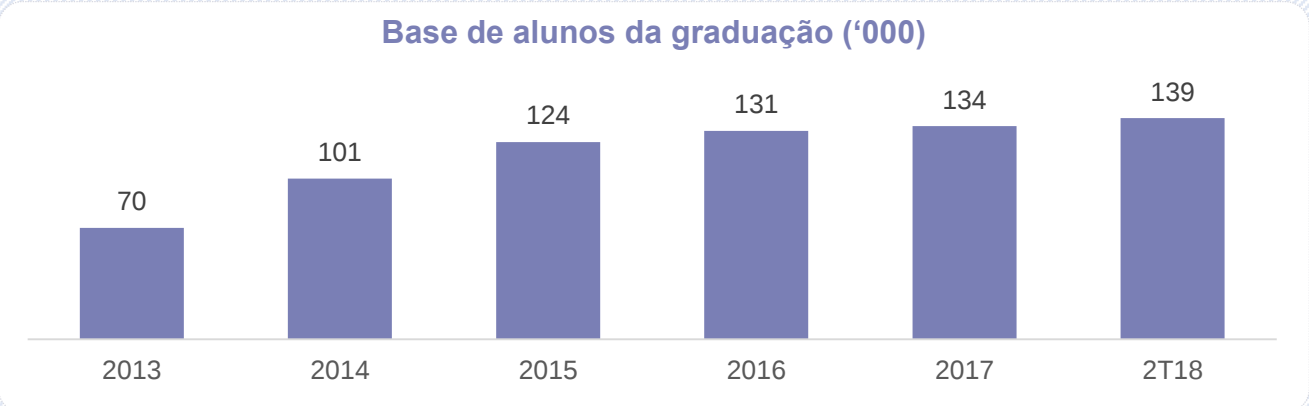
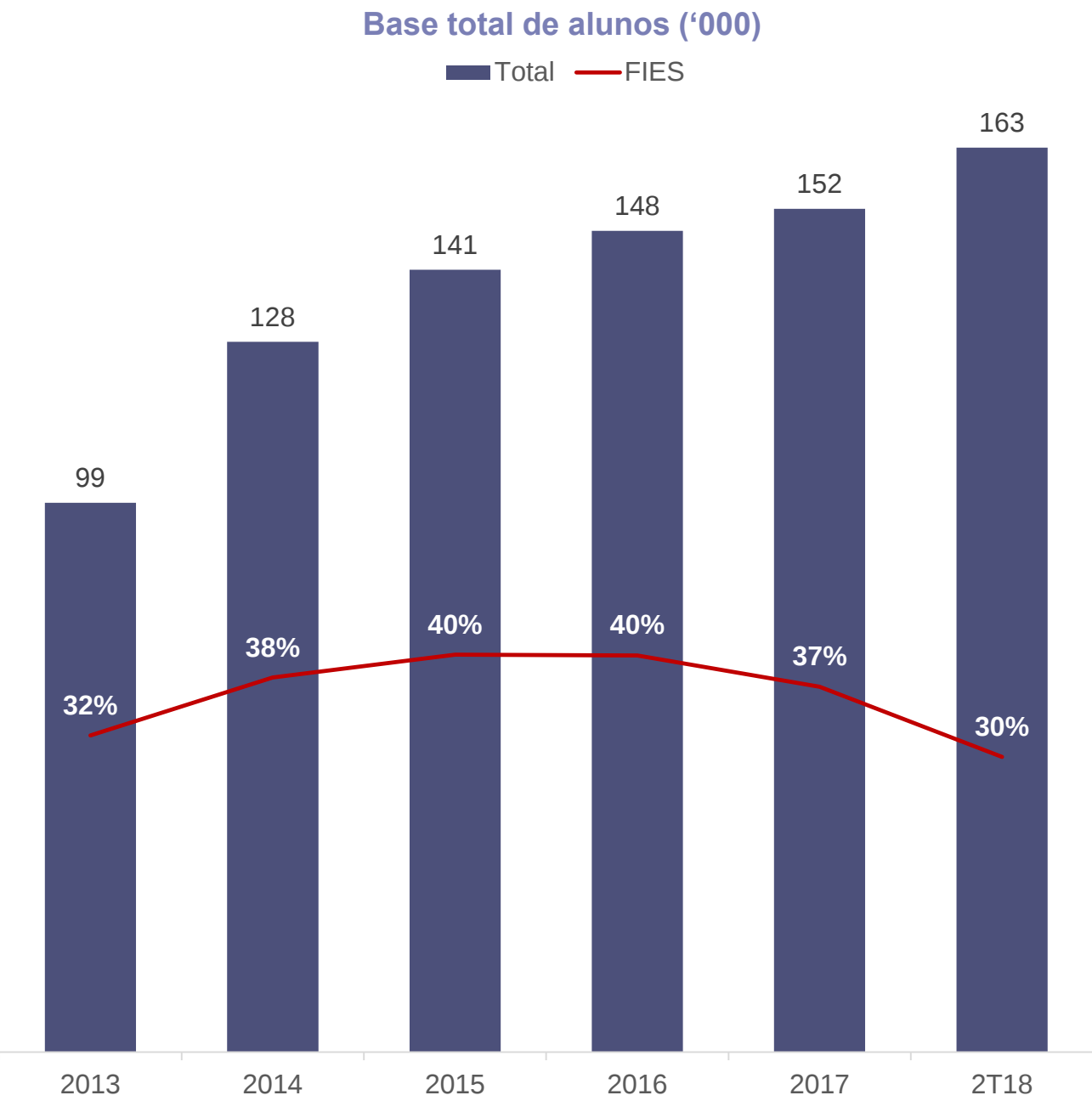




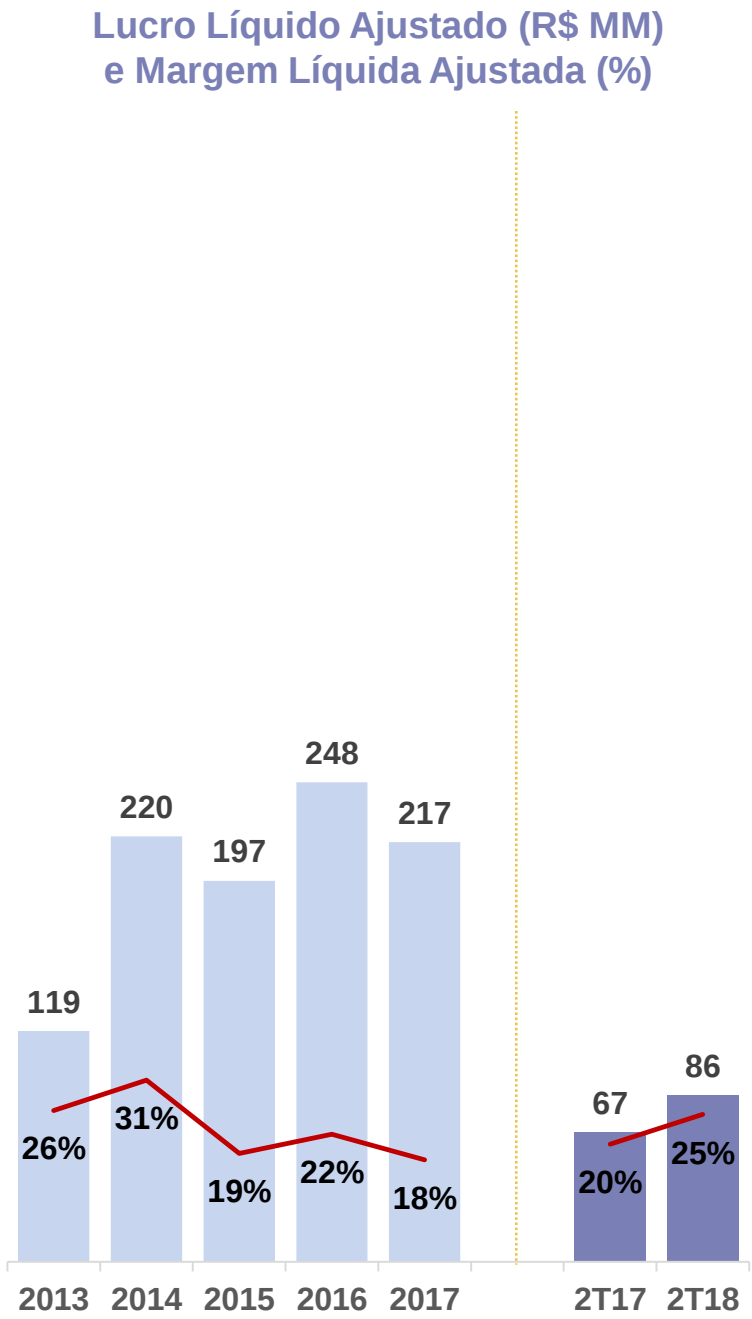
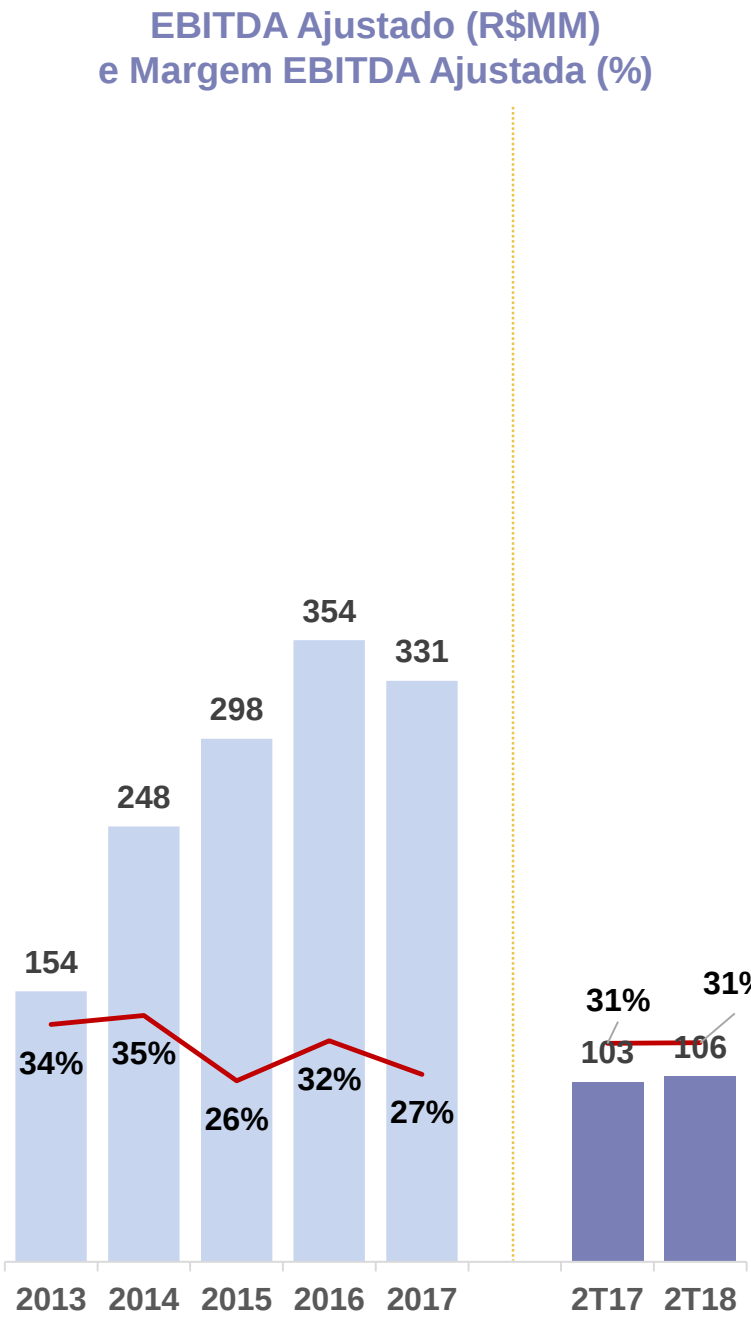
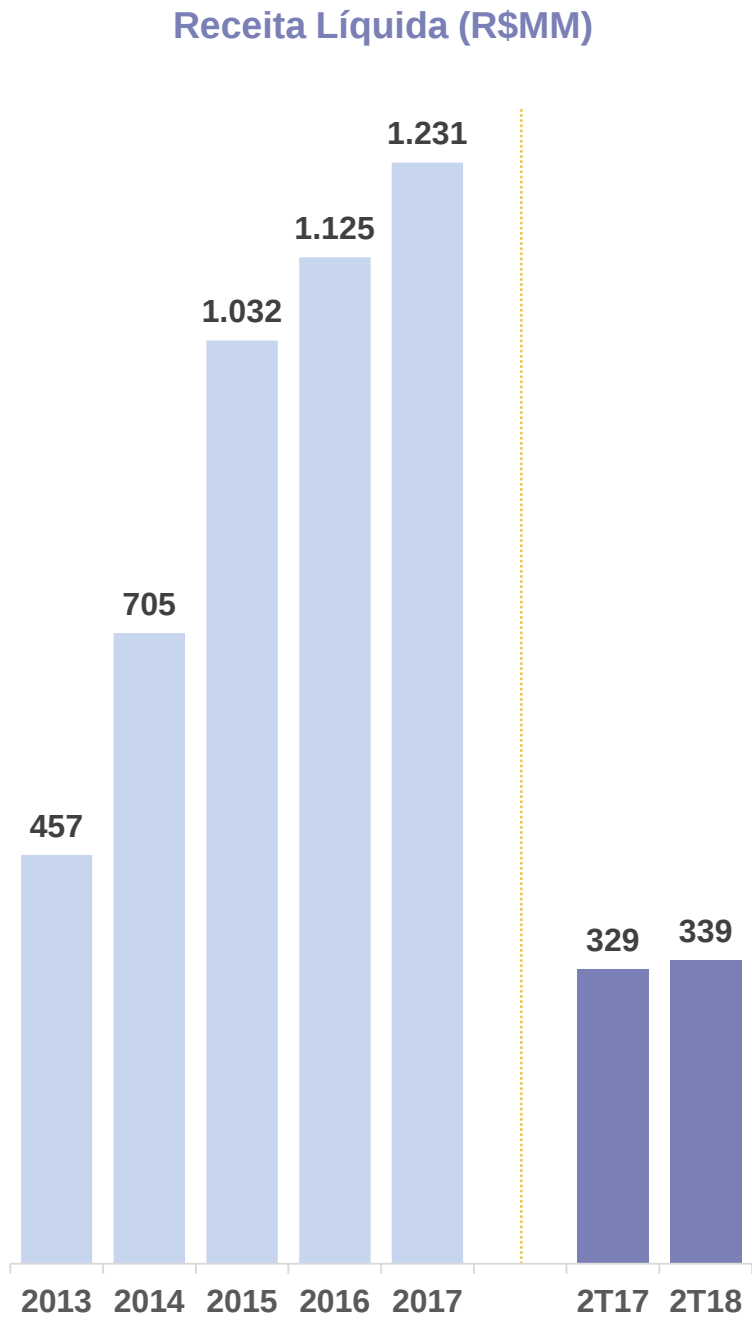
ser
educacional

**Resultados operacionais e
financeiros**

Evolução da base de alunos

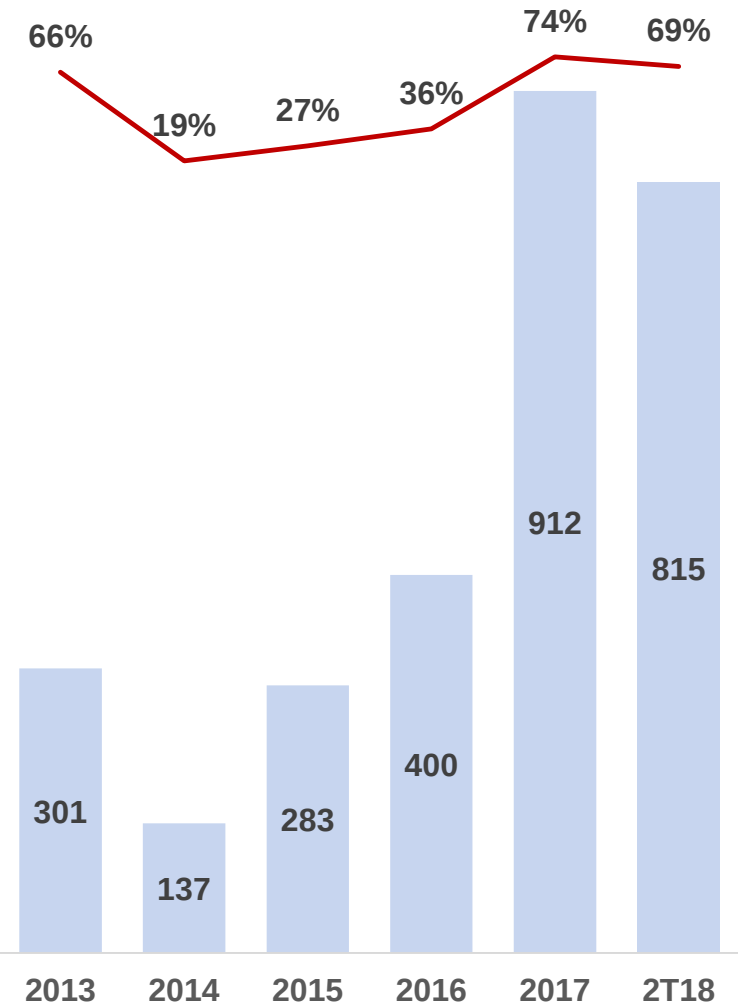


¹ Pronatec / Cursos Técnicos e Pós

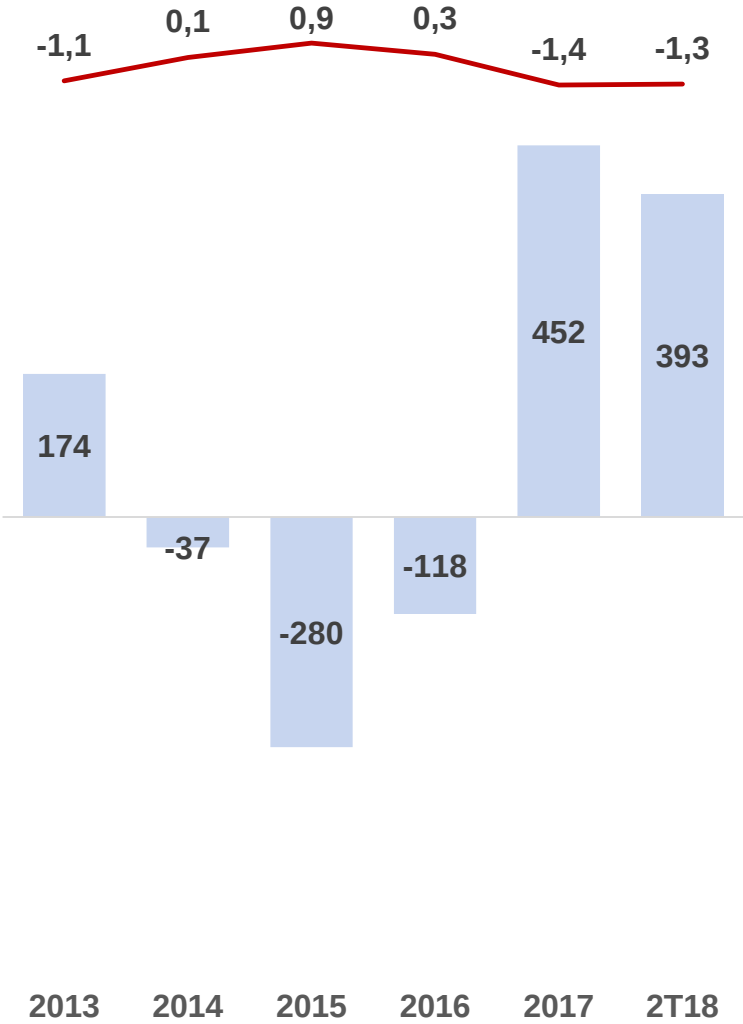


Dívida líquida, saldo de caixa e investimentos (CAPEX)

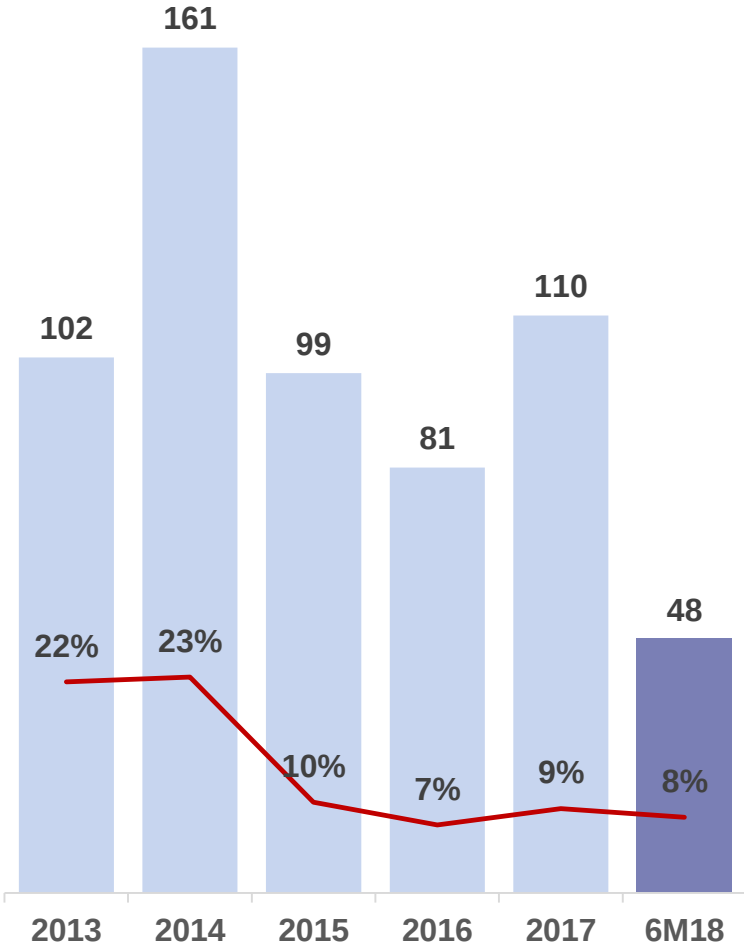
Caixa e equivalentes (R\$MM) e % da Receita Líquida (UDM) em caixa



Caixa (Dívida) Líquida (R\$MM) e Caixa (Dívida) Líquida / EBITDA



CAPEX ex-aquisições (R\$MM) e CAPEX / Receita Líquida (%)





ser
educacional

Plano de Ação
2018

Principais fatores que impactaram o desempenho recente e subsidiam a retomada do plano de crescimento de longo prazo original

1

Forte crescimento em novos credenciamentos nos últimos 18 meses

- 32 novas unidades de ensino presencial
- autorização para operacionalização de até 800 polos EAD por ano

2

Expansão das operações em ritmo acelerado a partir de 2017

- aumento discricionário da estrutura de despesas e custos visando acelerar o crescimento proporcionado pelos credenciamentos obtidos

3

Ambiente de mercado mais desafiador em 2018

- Redução do número de vagas preenchidas pelo FIES
- Retomada da economia em ritmo abaixo do esperado nas regiões de atuação da Companhia

4

Foco no plano de longo prazo original

- Reordenar a abertura de novas unidades ao ano e atingir 400 polos EAD até 2019-2020
- Foco no DNA de elevado controle de custos e despesas
- Manter a Companhia preparada para ajustar o ritmo de crescimento conforme o desenvolvimento do mercado

Fase 1

Ajuste da Estrutura

- Otimização da estrutura administrativa visando se adequar à atual base de alunos
- Implantação das oportunidades de melhoria de desempenho operacional em curto prazo

Concluído em abril/18

Fase 2

Baseline Operacional

- Reavaliação dos cursos e das unidades para adaptar custos e despesas aos padrões operacionais da Companhia:
 - Adequação das estruturas físicas e administrativas
 - Adequação do quadro docente e administrativo
 - Otimização das turmas na matriz curricular
 - Foco na melhoria contínua da qualidade acadêmica

Conclusão prevista em junho/18

Fase 3

Reordenar o Crescimento

Etapa 1

- Unificação das marcas NABUCO e NASSAU em capitais do NE fora da região metropolitana do Recife
- Reordenar a abertura de unidades credenciadas e identificadas com necessidade de melhoria de mix de cursos (saúde e engenharia) antes de seu lançamento efetivo

Etapa 2

- Revisitar análises de mercados selecionados
- Finalizar o reordenamento do pipeline de aberturas de unidades já credenciadas

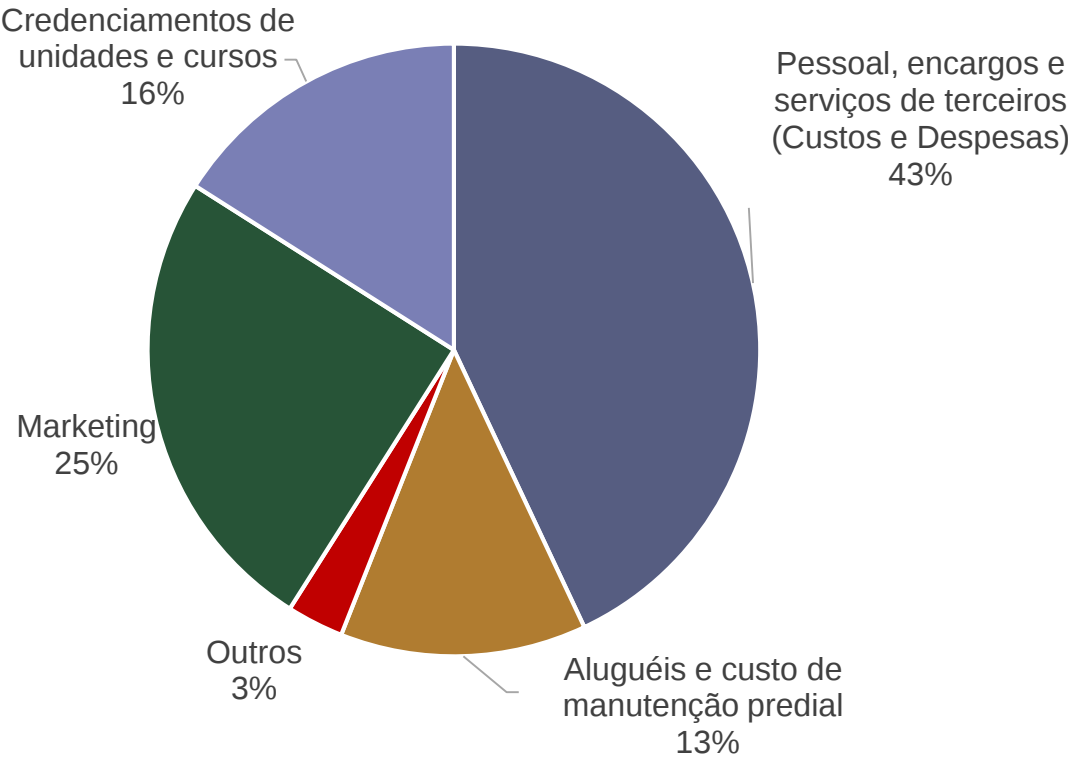
Etapa 1: abril/18 Etapa 2: agosto/18

Status atual da implantação do plano de ação 2018

Oportunidade para redução de custos e despesas fases 1 e 2

Reordenamento da abertura de unidades

Potencial total de redução de custos e despesas frente ao orçamento 2018 em execução entre abril-dez/18: ~R\$80 milhões*



Entradas 2017

- Rio de Janeiro (RJ)**
- Olinda (PE)
- Fortaleza (CE)
- João Pessoa (PB)
- Ananindeua (PA)
- Garanhuns (PE)
- Juazeiro (BA)
- Mossoró (CE)
- Sobral (CE)
- Boa Vista (RR)
- Porto Velho (RO)
- Rio Branco (AC)
- Anápolis (GO)
- Maracanaú (CE)

2017.1 (+4)

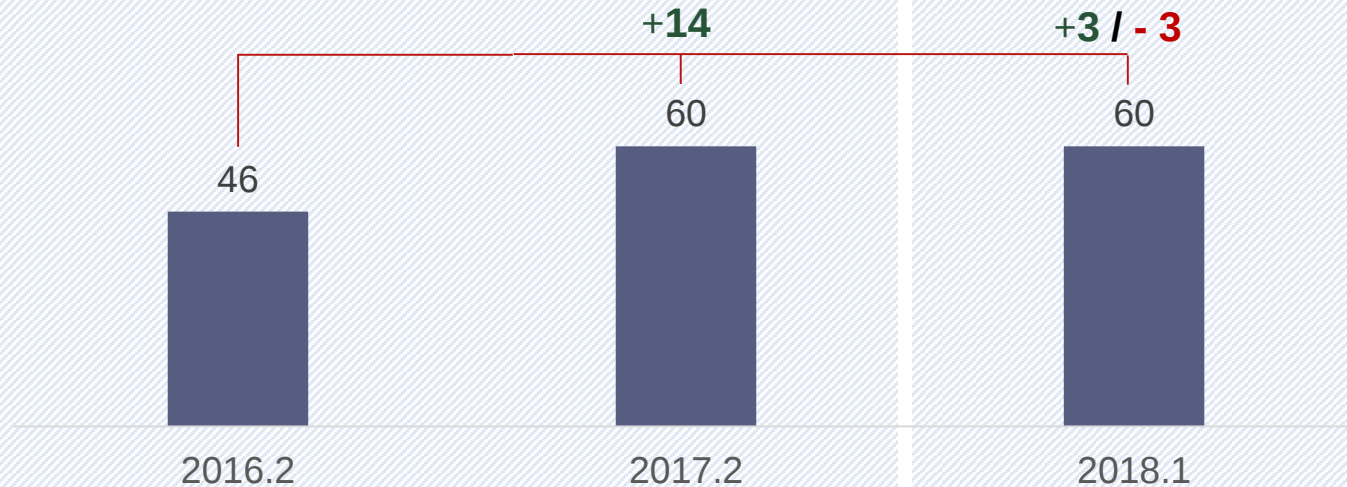
2017.2 (+10)

Entradas 2018.1 (+3)

- Arapiraca (AL)
- Marabá (PA)
- Belo Horizonte (MG)**

Saídas 2018.1 (-3)

- São Paulo (SP) UNG
- Maceió (AL) Nabuco
- João Pessoa (PB) Nabuco



* Não se trata de projeção ou estimativa

** Aquisições de manutenções

Status individual dos credenciamentos realizados até 2T18



Ano	Região	Cidade	Marca	Status
4	2015	NE Feira de Santana (BA)	NASSAU	Aberto 2016.1
		NE Olinda (PE)	NASSAU	Reordenado
		NE Jaboatão dos Guararapes (PE)	NASSAU	Aberto 2016.1
		NE Petrolina (PE)	NASSAU	Aberto 2016.1
4	2016	NE Cabo de Santo Agostinho (PE)	NASSAU	Aberto 2016.2
		NE João Pessoa (PB)	NABUCO	Unificada
		NE Jaboatão dos Guararapes (PE)	NABUCO	Reordenado
		NE Maceió (AL)	NABUCO	Unificada
26	2017	N Boa Vista (RR)	UNAMA	Aberto 2017.2
		N Porto Velho (RO)	UNAMA	Aberto 2017.2
		N Rio Branco (AC)	UNAMA	Aberto 2017.2
		NE Fortaleza (CE)	NASSAU	Aberto 2017.1
		N Marabá (PA)	UNAMA	Aberto 2018.1
		NE Garanhuns (PE)	NASSAU	Aberto 2017.2
		NE Maracanaú (CE)	NASSAU	Aberto 2017.2
		NE Ananindeua (PA)	NASSAU	Aberto 2017.2
		CO Anápolis (GO)	UNIVERITAS	Aberto 2017.2
		NE Juazeiro do Norte (CE)	NASSAU	Aberto 2017.2
		NE Sobral (CE)	NASSAU	Aberto 2017.2
		NE Mossoró (RN)	NASSAU	Aberto 2017.2
		NE Natal (RN)	NABUCO	Unificada
		CO Brasília (DF)	UNIVERITAS	Reordenado
		NE Arapiraca (AL)	NASSAU	Aberto 2018.1
		CO Campo Grande (MS)	NASSAU	Reordenado
		NO Macapá (AP)	UNAMA	Reordenado
		CO Cuiabá (MT)	UNIVERITAS	Reordenado
		S Porto Alegre (RS)	UNIVERITAS	Reordenado
		SE Vitória (ES)	UNIVERITAS	Reordenado
		CO Goiânia (GO)	UNIVERITAS	Reordenado
		N Belém	NABUCO	Reordenado
		N Palmas (TO)	UNAMA	Reordenado
		NE Salvador (BA)	NABUCO	Unificada
		S Curitiba (PR)	UNIVERITAS	Reordenado
		S Joinville (SC)	UNIVERITAS	Reordenado
6	2018	NE Patos (PB)	NASSAU	Reordenado
		NE Imperatriz (MA)	NASSAU	Reordenado
		SE Campinas (SP)	UNIVERITAS	Reordenado
		SE Betim (MG)	UNIVERITAS	Reordenado
		NE Itabuna (BA)	NASSAU	Reordenado
		SE Caxias do Sul (RS)	UNIVERITAS	Reordenado

Status dos Credenciamentos Obtidos	Quantidade
Abertos	17
Unificadas com unidades da NASSAU existentes na mesma cidade	4
Reordenadas	19
Total	40

- Credenciamentos reordenados estão previstos para serem abertos nos próximos 2 a 3 anos
- 5 novos credenciamentos em trâmite junto ao MEC para concretizar o plano de abertura de 45 unidades
- Os 4 credenciamentos unificados serão substituídos por novos credenciamentos já em trâmite:
 - Nova regulamentação de autonomia para universidades, centros universitários e faculdades
 - Existem credenciamentos adicionais solicitados em 2017 e 2018 que sustentarão o crescimento de unidades no longo prazo
- Não há alterações significativas no plano de desenvolvimento do EAD

Ser Educacional segue seu plano de expansão de crescimento orgânico presencial, EAD e aquisições com resultados operacionais sustentáveis



Presencial

- Credenciamento de 40 unidades do plano de expansão de 45 unidades
- 14 unidades abertas nos últimos 18 meses iniciando processo de maturação
- Novas unidades majoritariamente no interior do NE e capitais do Norte do Brasil

EAD

- Crescimento consistente da base de alunos desde a introdução das novas regras em julho/18
- EAD contribuindo positivamente com a margem bruta Caixa da Companhia
- 203 polos em operação no 1S18 vs.15 no 1S17

M&A

- Foco em instituições de ensino com marcas regionais reconhecidas, solido mix de cursos e preferencialmente licenças de universidades ou centros universitários

Plano de Ação 2018

- Implantação com sucesso da readequação de custos e despesas com mais de 90% de execução
- Companhia manterá seu foco em manter sua estrutura operacional preparada para recuperação de margens e ajustando seus investimentos conforme o crescimento da economia e dos mercados escolhidos



VESTIBULAR
FORMANDO 2018.2
VENCEDORES



UNINASSAU

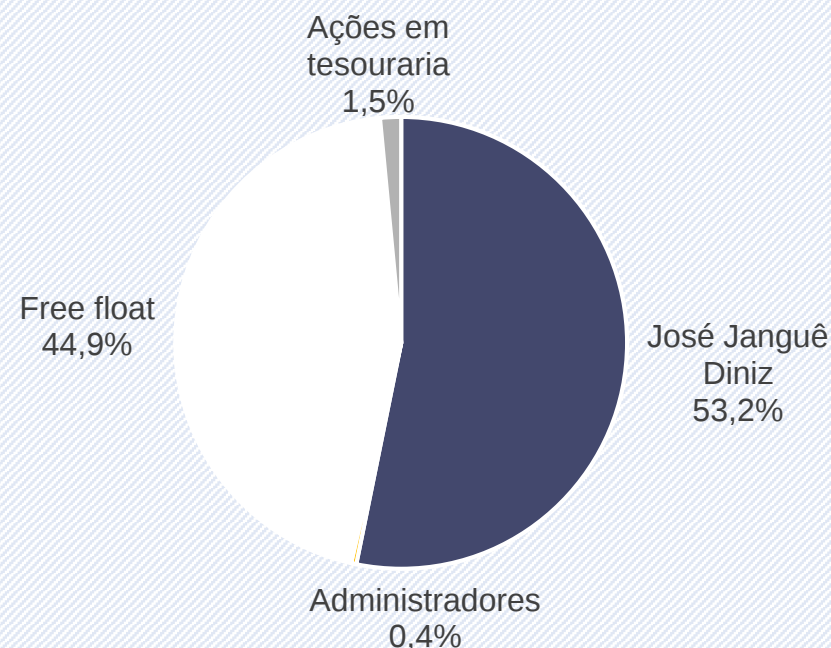
UNINASSAU.EDU.BR | 4020.9734  /UNINASSAU  @UNINASSAU



ser
educacional

Anexos

Composição Acionária 2T18



Governança reconhecida pelo mercado

2014



Empresa do Ano Revista Istoé
Melhores do middle market

2015



Premio melhores companhias
para os acionistas 2015 /
segmento small caps Revista
Capital Aberto

2016



Empresa do ano setor de educação e
prêmio melhores práticas de governança
corporativa Jornal Estadão/FIA



Maior evolução em relações com
investidores mid&small cap 2016

2017



Prêmio de governança corporativa
no segmento de gestão
empresarial pelo Jornal Estadão/FIA

Conselhos e Gestão

Conselho de Administração

José Janguê Bezerra Diniz
Presidente

Herbert Steinberg
Vice-presidente/conselheiro independente

Jânio Janguê Bezerra Diniz
CEO e Conselheiro

Flávio Luz
Conselheiro independente

Francisco Barreto
Conselheiro

Conselho Fiscal

Reginaldo Ferreira Alexandre
*Presidente e conselheiro eleito pelos
acionistas minoritários*

Nazareno Habib Bichara
Conselheiro

Fernando Ramos dos Santos
Conselheiro

Comitê de RH a Governança

Herbert Steinberg
Conselheiro independente

Jânio Janguê Bezerra Diniz
CEO e Conselheiro

Diretoria Estatutária

José Janguê Bezerra Diniz
CEO

João Aguiar
CFO

Adriano Azevedo
COO

Simone Bérnago
Diretora Acadêmica

Rodrigo Alves
Diretor de RI

Comitê de Finanças

Flávio Luz
Conselheiro independente

Francisco Barreto
Conselheiro

João Aguiar
CFO

Rodrigo Alves
Diretor de RI

Financiamento estudantil para graduação presencial

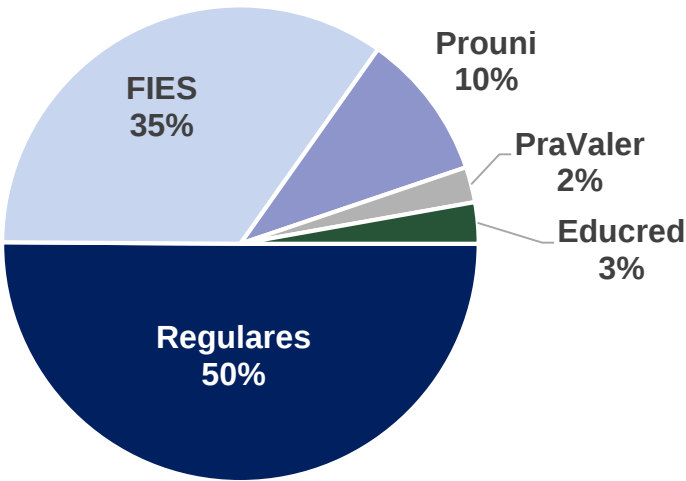
Ser Educacional atua com conservadorismo em financiamento privado ao mesmo tempo em que apresenta crescimento com rentabilidade



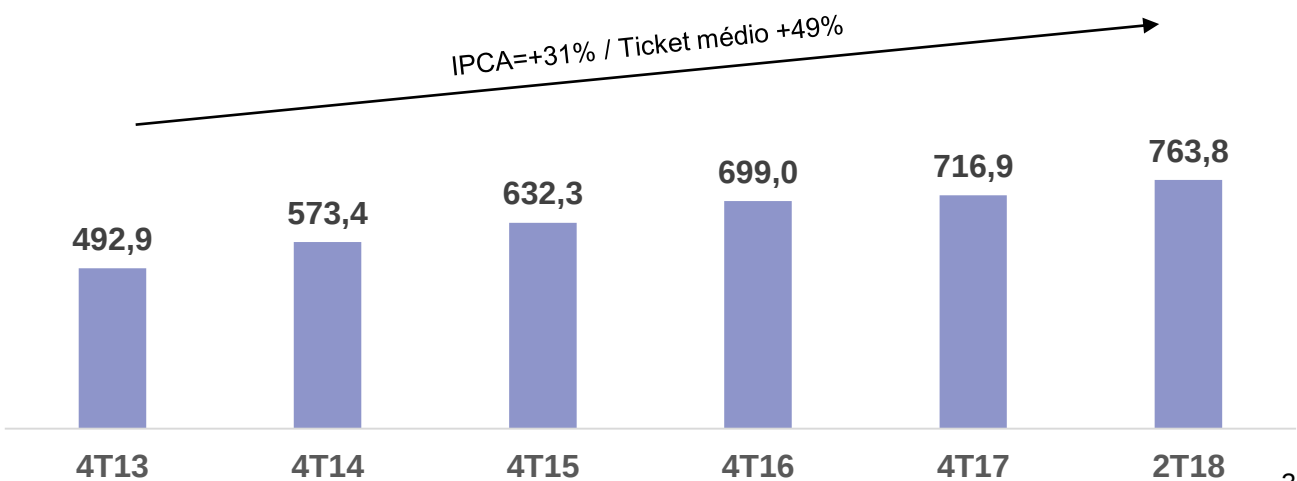
Modelo dinâmico de atração e retenção de alunos



Distribuição da base de alunos presencial por perfil de financiamento 2T18

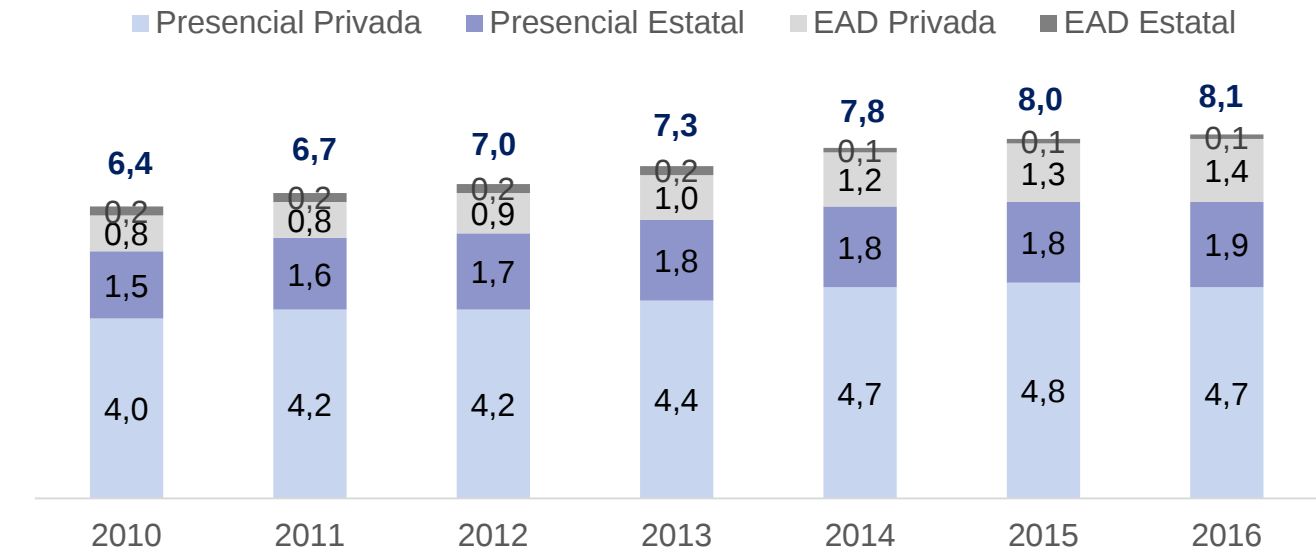


Evolução do ticket médio presencial (R\$/mês)



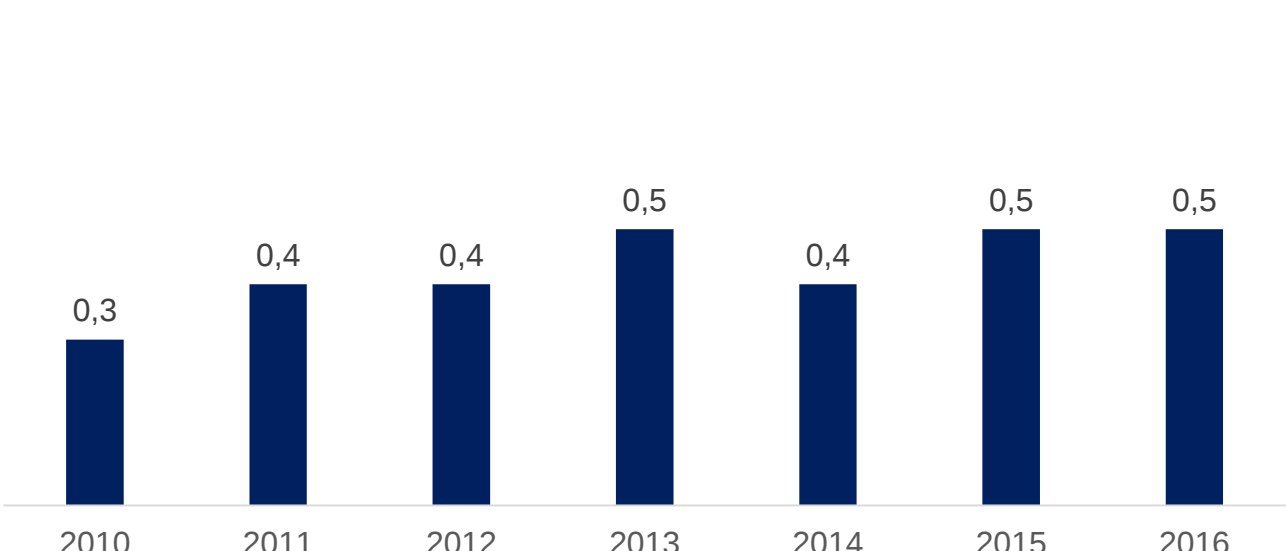
Cenário Brasileiro – Perfil Aluno

Evolução base de alunos em graduação 2016 (mm de alunos)



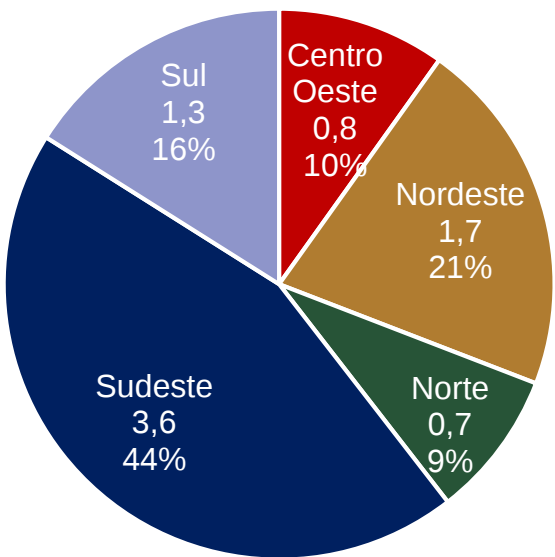
Fonte: INEP

Evolução da Base de Alunos do PROUNI (mm de alunos)



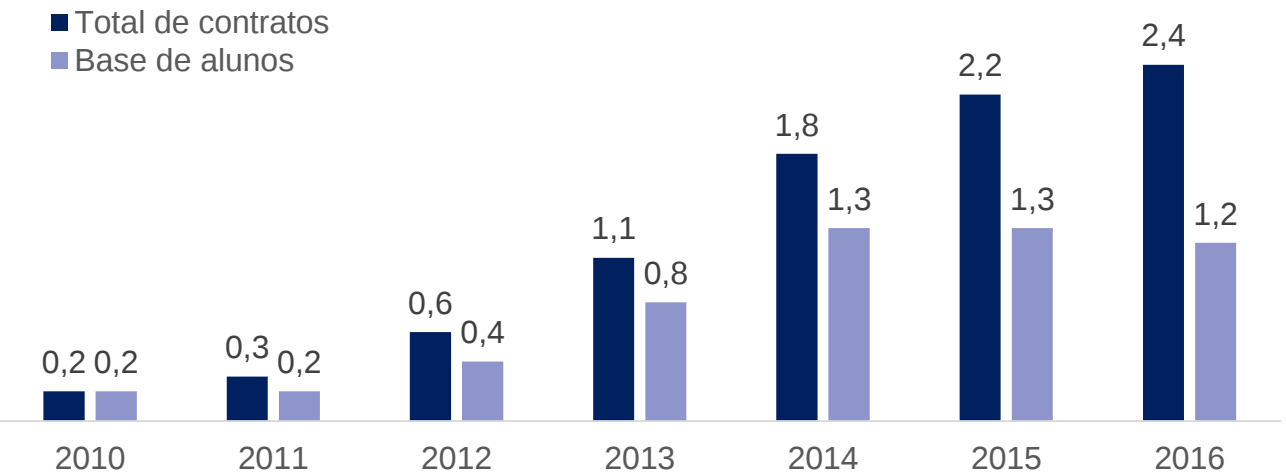
Fonte: INEP

Alunos por região 2016 (mm de alunos e % do total)



Fonte: INEP

Evolução da base de contratos vigentes do FIES



Fonte: INEP

- **EBITDA** : Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciação e Amortização . É uma forma de se mensurar a saúde financeira de uma empresa levando em conta apenas o que a empresa consegue gerar de receita, sem levar em conta os efeitos financeiros ou o abatimento de impostos de qualquer natureza.
- **IGC**: Índice Geral de Cursos, é um indicador de qualidade que avalia as Instituições de Educação Superior, seu cálculo é realizado anualmente.
- **CPC**: O Conceito Preliminar de Curso ,é um indicador de qualidade que avalia os cursos de graduação. Seu cálculo e divulgação após o ENADE (Exame Nacional de Desempenho de Estudantes), com base na avaliação de desempenho de estudantes, no valor agregado pelo processo formativo e em insumos referentes às condições de oferta – corpo docente, infraestrutura e recursos didático-pedagógicos –, conforme orientação técnica aprovada pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior.
- **CI**: Conceito Institucional, a cada ciclo avaliativo, a instituição de ensino é avaliada in loco é composta pela auto-avaliação ou avaliação interna (coordenada por comissão própria de avaliação de cada instituição) e pela avaliação externa, realizada pelas comissões designadas pelo Inep.
- **CAGR (Compound Annual Growth Rate)**: é uma taxa de crescimento média durante diversos anos. É uma média geométrica de taxas de crescimento anuais.
- **FIES** : O Fundo de Financiamento Estudantil é ação do Ministério da Educação que financia cursos superiores não gratuitos e com avaliação positiva no Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES).
- **Ex-FIES**: aluno pagante da mensalidade, sem utilização do benefício.
- **IBGE**: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- **INEP** : Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais.
- **ISO9001**: Norma que certifica os Sistemas de Gestão da Qualidade e define os requisitos para a implantação do sistema. Este documento possui ferramentas de padronização, é um modelo seguro para a implantação da Gestão da Qualidade.
- **PDCA (Plan Do Check Act)** : Planejar, Fazer, Verificar e Agir , é um método iterativo de gestão de quatro passos, utilizado para o controle e melhoria contínua de processos e produtos.
- **PROUNI** : Programa Universidade para Todos (Prouni) do MEC, que concede bolsas de estudos em instituições privadas de ensino superior, em cursos de graduação e sequenciais de formação específica, a estudantes brasileiros sem diploma de nível superior.
- **Prova Colegiada** : Modelo de avaliação dos alunos elaborado pela Companhia, feito em conjunto pelos professores e finalizada por um grupo de professores validadores.

O material divulgado pela Companhia reflete as expectativas dos administradores e poderá conter estimativas sobre eventos futuros. Quaisquer informações, dados em geral, previsões ou planos futuros refletem estimativas e não podem ser tomados como dados concretos ou promessa perante o mercado. A Ser Educacional não será responsável por quaisquer decisões de investimentos, operações ou alterações nas posições dos investidores tomadas com base nas informações e dados aqui divulgados. Da mesma forma, fica claro que o material ora divulgado poderá sofrer alterações sem prévio aviso.

O presente material foi elaborado pela Ser Educacional S.A. ("Ser Educacional" ou a "Companhia") de acordo com as mais rígidas normas nacionais e internacionais aplicáveis ao setor e inclui determinadas declarações prospectivas que se baseiam, principalmente, nas atuais expectativas e nas previsões da Ser Educacional quanto a acontecimentos futuros e tendências financeiras que atualmente afetam ou poderiam vir a afetar o negócio da Ser Educacional, não representando, no entanto, garantias de desempenho no futuro. Elas estão fundamentadas nas expectativas da administração, envolvendo uma série de riscos e incertezas em função dos quais a situação financeira real e os resultados operacionais podem vir a diferir de maneira relevante dos resultados expressos nas declarações prospectivas. A Ser Educacional não assume nenhuma obrigação no sentido de atualizar ou revisar publicamente qualquer declaração prospectiva.

Esta apresentação é divulgada exclusivamente para efeito de informação e não deve ser interpretada como solicitação ou oferta de compra ou venda de ações ou instrumentos financeiros correlatos. De igual modo, esta apresentação não oferece recomendação referente a investimento e tampouco deve ser considerada como se a oferecesse. Ela não diz respeito a objetivos específicos de investimento, situação financeira ou necessidades particulares de nenhuma pessoa. Tampouco oferece declaração ou garantia, quer expressa, quer implícita, em relação à exatidão, abrangência ou confiabilidade das informações nela contidas. Esta apresentação não deve ser considerada pelos destinatários como elemento que substitua a opção de exercer seu próprio julgamento. Quaisquer opiniões expressas nesta apresentação estão sujeitas a alteração sem aviso e a Ser Educacional não têm a obrigação de atualizar e manter em dia as informações nela contidas.



ser
educacional

Contatos:

Jânnyo Diniz, CEO
João Aguiar, CFO
Rodrigo Alves, IRO
Geraldo Soares, IRM

Tel.: (+55 11) 2769 3223

E-mail: ri@sereducacional.com

Website: www.sereducacional.com/ri