



Apresentação Institucional
Setembro/19

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



ser
educacional
gente criando o futuro

**Perfil do grupo
Ser Educacional**

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

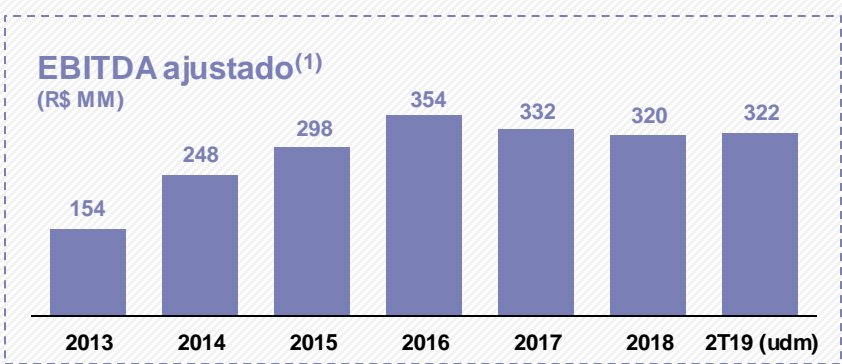
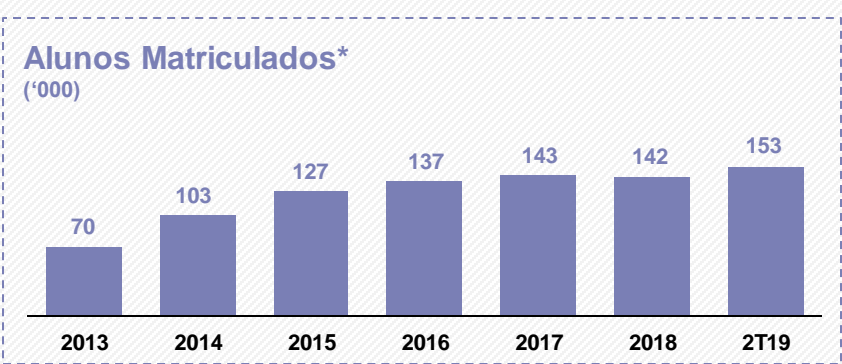
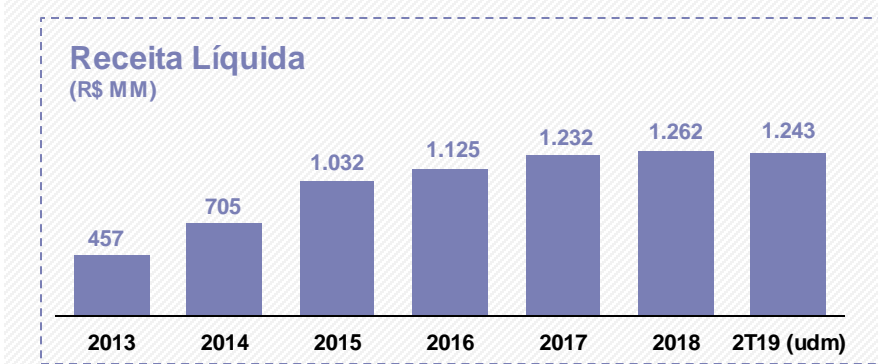
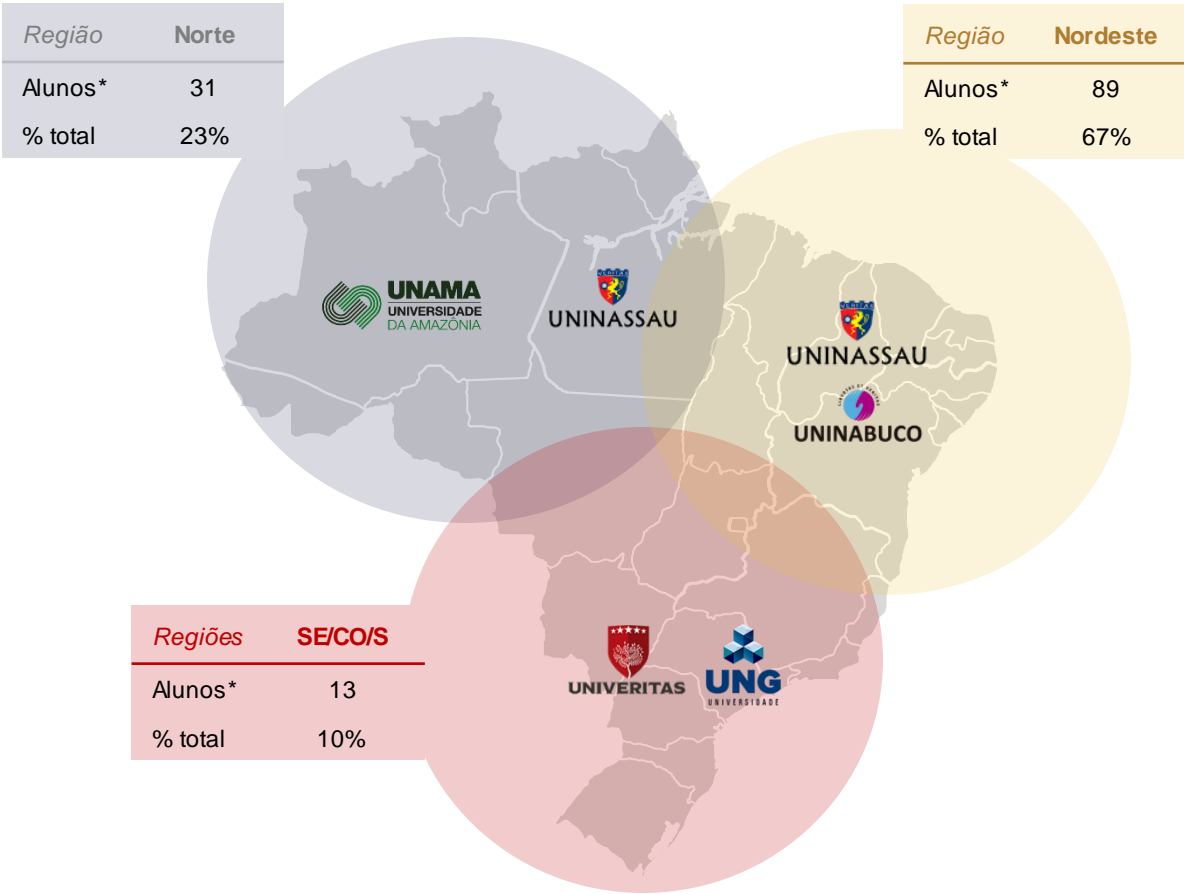
Oportunidades de crescimento visíveis: crescimento orgânico de unidades de ensino presencial, expansão da rede de polos EAD e aquisições.
- 4

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 (57% do capital), com sólido histórico de execução, padronização de processos e ganho de eficiência operacional.

Distribuição da base de alunos ('000) e marcas regionais em 2019

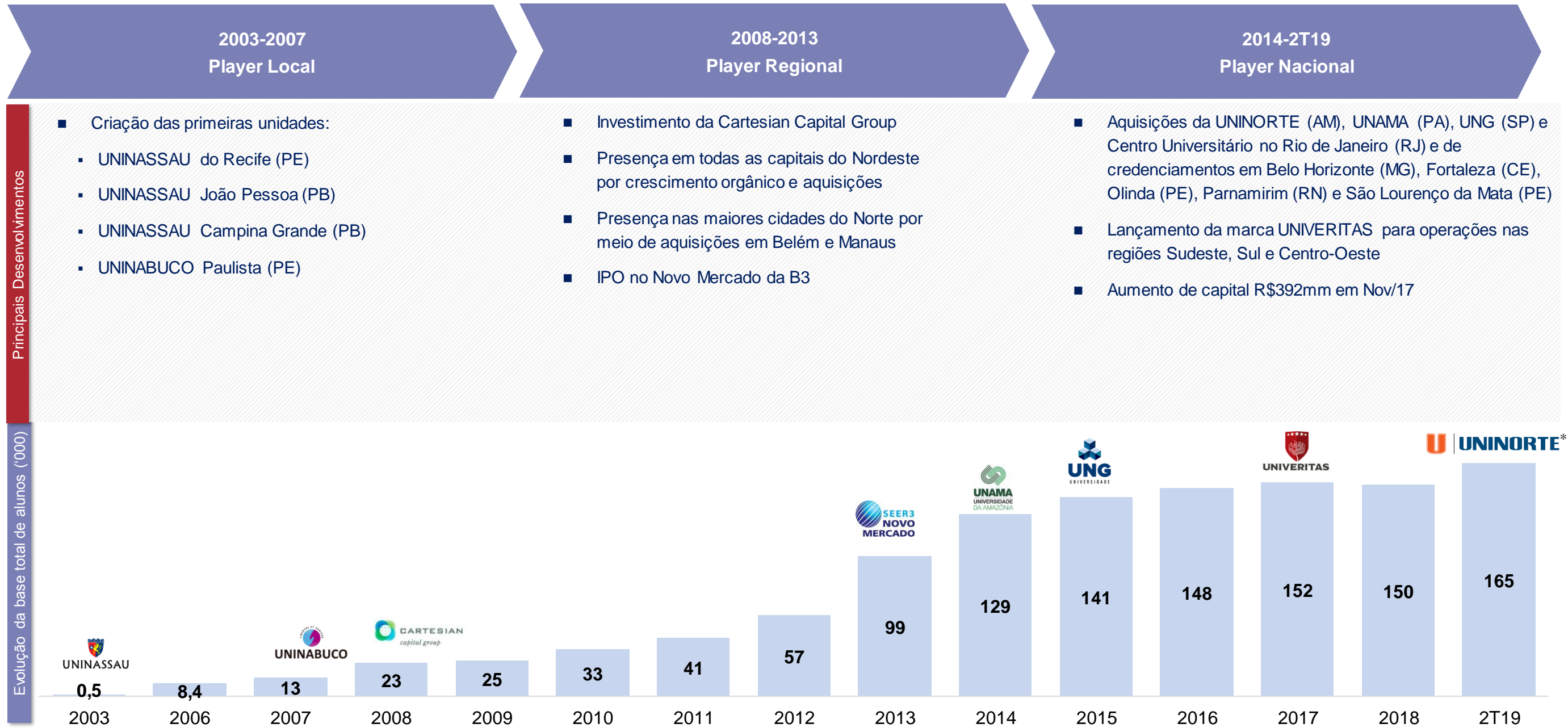


Fonte: Companhia.

* Alunos de graduação presencial e EAD








Nota: (1) EBITDA ajustado, conforme divulgado pela Companhia.

16 anos de desenvolvimento consistente combinando crescimento orgânico e por aquisições



*Pendente de aprovação do CADE.

Histórico de resultados consistentes desde o IPO

	@ IPO (2T13)	Hoje (2T19)	
 Regiões	Foco nas regiões Nordeste e Norte	Nacional	Foco em marcas regionais
 # de alunos	76 mil	165 mil	~2x maior
 # unidades presenciais em operação	23 unidades	60 unidades	~3x maior
 # Polos EAD	zero	226 Polos	nova via de crescimento
 Receita Líquida UDM¹	R\$ 368 mm	R\$ 1.243 mm	~3x maior
 EBITDAUDM¹	R\$ 126 mm	R\$ 322 mm	~2,5x maior
 EBITDAUDM¹ / Estudante	R\$ 1.650/ano	R\$ 1.945/ano	Ganho de eficiência

Geração de valor consistente desde o IPO

¹ UDM: últimos 12 meses



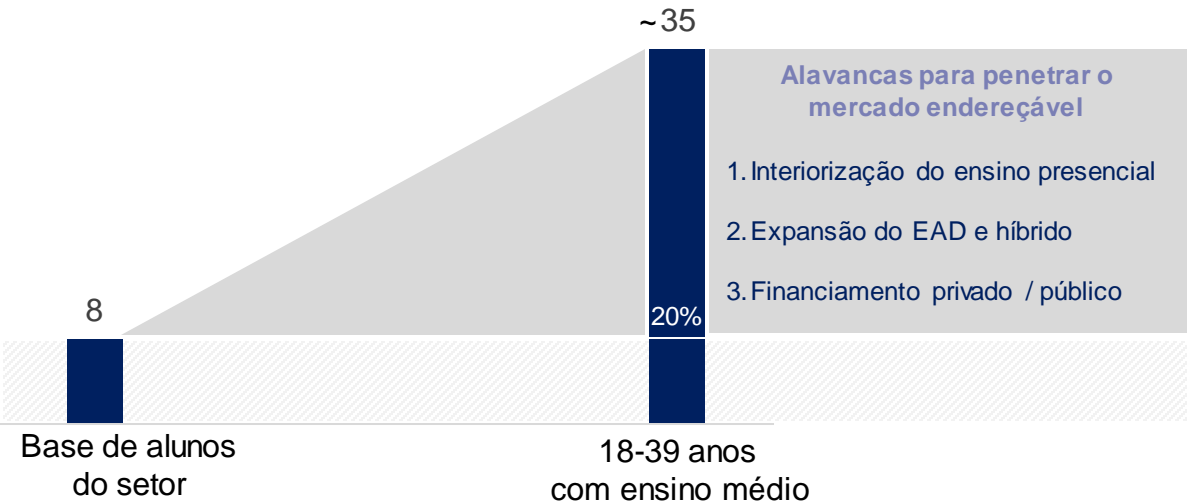
**Mercado brasileiro de ensino superior
e visão social Ser Educacional**

Mercado endereçável relevante e gera valor aos alunos



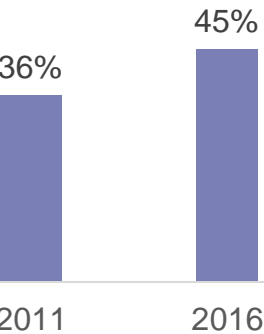
Análise do mercado endereçável

Análise do mercado endereçável brasileiro (em mm habitantes) - 2017



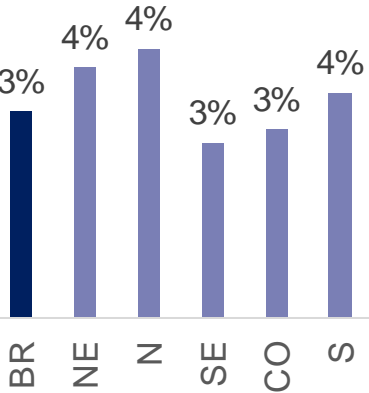
Fonte: IBGE, INEP e Estimativas Ser Educacional

Participação de mercado dos 10 maiores players (total de 2,3 mil competidores)



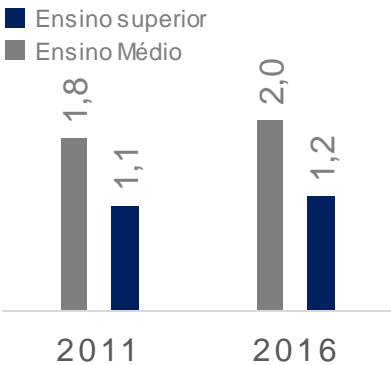
Fonte: INEP/Hoper

CAGR Base de alunos por região (2012 – 2018)



Fonte: INEP / Ser Educacional

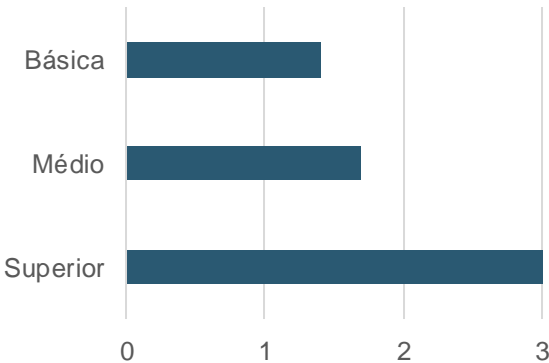
Formandos ensino médio x ensino superior (mm de alunos)



Fonte: INEP

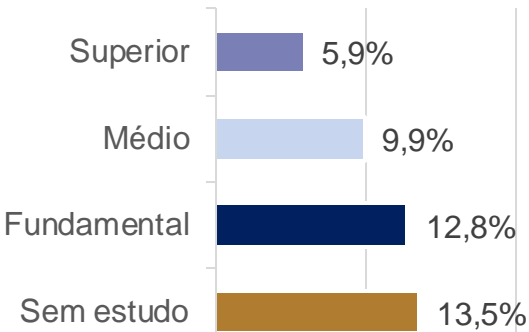
Ensino superior demonstra ser valioso para o aluno

Salário médio por nível de educação
R\$/000mês 4T18



Fonte: IBGE/PNAD e BTG Pactual

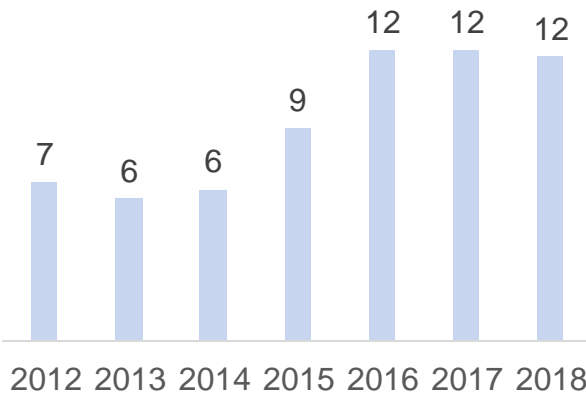
Taxa de desemprego por nível educacional



Fonte: IBGE BTG Pactual Dez/18

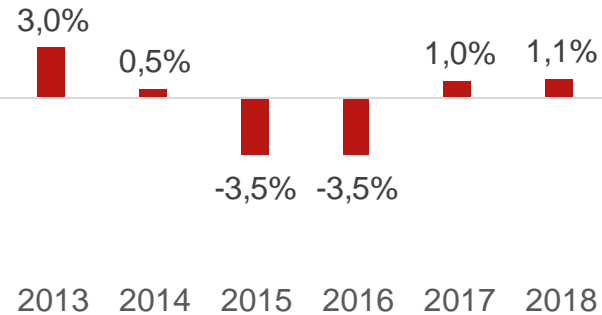
Em um cenário econômico desafiador nos últimos anos

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


Reconhecimento das marcas



UNINASSAU: marca de ensino superior mais reconhecida do NE (mai/18)



Troiano Branding



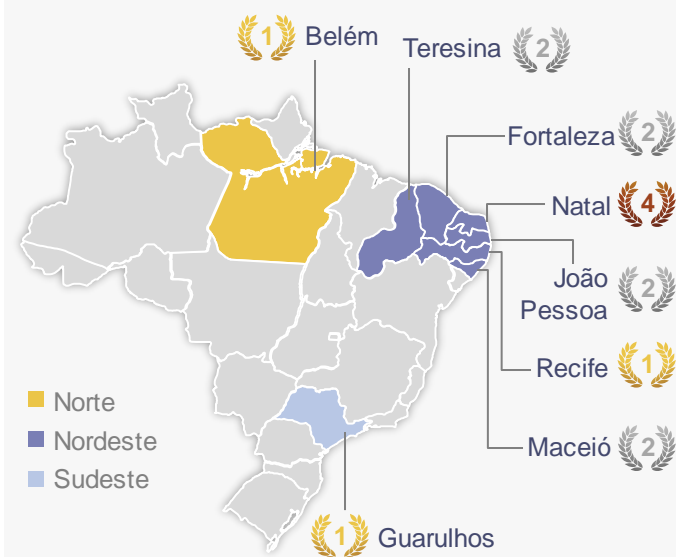
ESTADÃO

Geração de mídia espontânea


Notícias geradas por mídia espontânea

+18.000 notícias / ano

- Presença frequente nos veículos de comunicação mais relevantes de cada mercado
- Exposição espontânea e positiva das marcas em segmentos diversificados da sociedade



Estudo de caso internacional



International Finance Corporation
WORLD BANK GROUP

- 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)

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 / ano

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

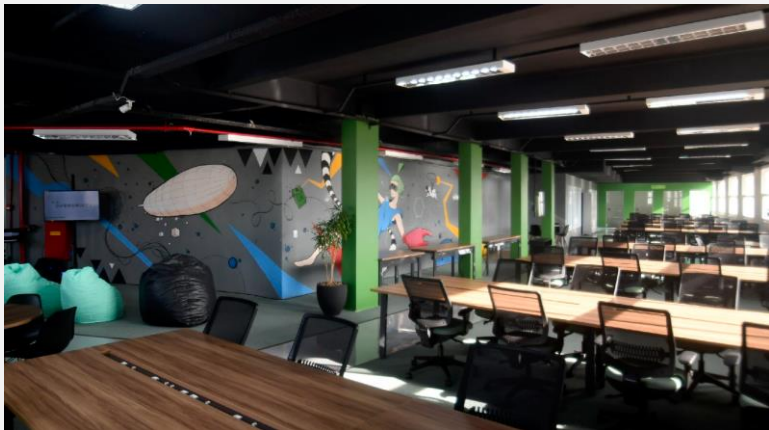


Portal de Carreiras



- 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

- Projeto pedagógico
- Matriz curricular
- Planos de ensino
- ISO9001

P

- Apoio pedagógico
- Diário eletrônico
- Avaliações

D

- Cursos de nivelamento
- Oficinas
- Planos de ação

A

- Auditoria acadêmica
- Prova colegiada
- Check list

C

Desenvolvimento



Treinamento de docentes



Desempenho acadêmico por unidade

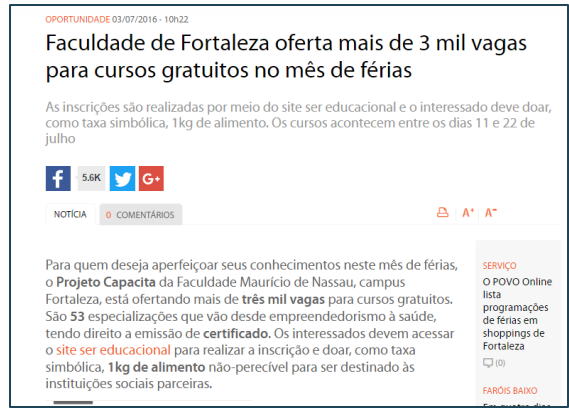


Semana pedagógica



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



A screenshot of a Facebook post from 'Faculdade de Fortaleza' dated 03/07/2016. The post offers more than 3,000 free spots for courses during the vacation month of July. It mentions that registrations are done through the 'ser educacional' website and that a symbolic fee of 1kg of food is required. The post has 5.8K likes and 0 comments.



Marcas regionais e direcionadas para segmentos específicos de mercado





ser

educacional

gente criando o futuro

**As vias de crescimento para a
Companhia**

Objetivos estratégicos claros para retomada do crescimento e rentabilidade



Crescimento orgânico

Desenvolvimento dos segmentos presencial, semi-presencial e EAD

- 14 unidades em maturação
- Nova unidade em 2019.2
- novas unidades em análise para 2020
- Crescimento e maturação da base de polos EAD



Aquisições

Integração UNINORTE e novo pipeline de aquisições

- UNINORTE em etapa final de aquisição no CADE
- Novo pipeline de aquisições visa ativos com marca reconhecidas no ensino superior



Transformação digital

Evolução na transmissão do conhecimento

- Integração dos cursos de EAD, presencial e semi presencial no modelo Campus 2.0
- Melhoria da experiência do aluno com robotização do backoffice
- Novos laboratórios virtuais, trilhas de aprendizados e renovação dos cursos EAD



Estrutura leve

Despesas e custos sob controle, com manutenção da qualidade

- Adaptação semestral da estrutura de custos e despesas
- Manutenção dos índices de contas a receber em patamares adequados
- Manter a empresa preparada para a retomada do crescimento das margens operacionais



Balanco sólido

Sólida posição em caixa

- Foco na geração de caixa operacional
- Estrutura de capital sólida para viabilizar futuras aquisições











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) 

Métricas de qualidade (2016)

	CPC ⁽¹⁾	IGC ⁽²⁾	
89% pontuação 3 ou 4 ⁽³⁾			100% pontuação 3 ou 4 ⁽³⁾



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

Nota: (1) Conceito do curso, avaliado pelo Ministério da Educação (MEC). (2) Avaliação das unidades, analisadas pelo MEC, referente à qualidade dos cursos oferecidos. (3) Conceito Institucional, utilizado para avaliar a qualidade das instalações, corpo docente e programa de ensino da instituição

15

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]

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

Alessandro [redacted] em 19/05, Nov 22 2017, 6:47 PM

64% highest match
Submission ID: 054895-865-444-000-4000000000

Faculdade.docx
Word Count: 1,076
Attachment ID: 188418196

Citations (4/4)

- 1. Aprimorar a escrita ao refletir sobre a diferença entre a linguagem oral e a escrita;
- 2. Promover uma contextualização sociocultural (capacidade 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 impactos preconceituosos 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;

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 melhorar

CARACTERÍSTICAS DO ESPÍRITO EMPREENDEDOR O PROCESSO EMPREENDEDOR ANÁLISE DO MERCADO

Extensão/Livros

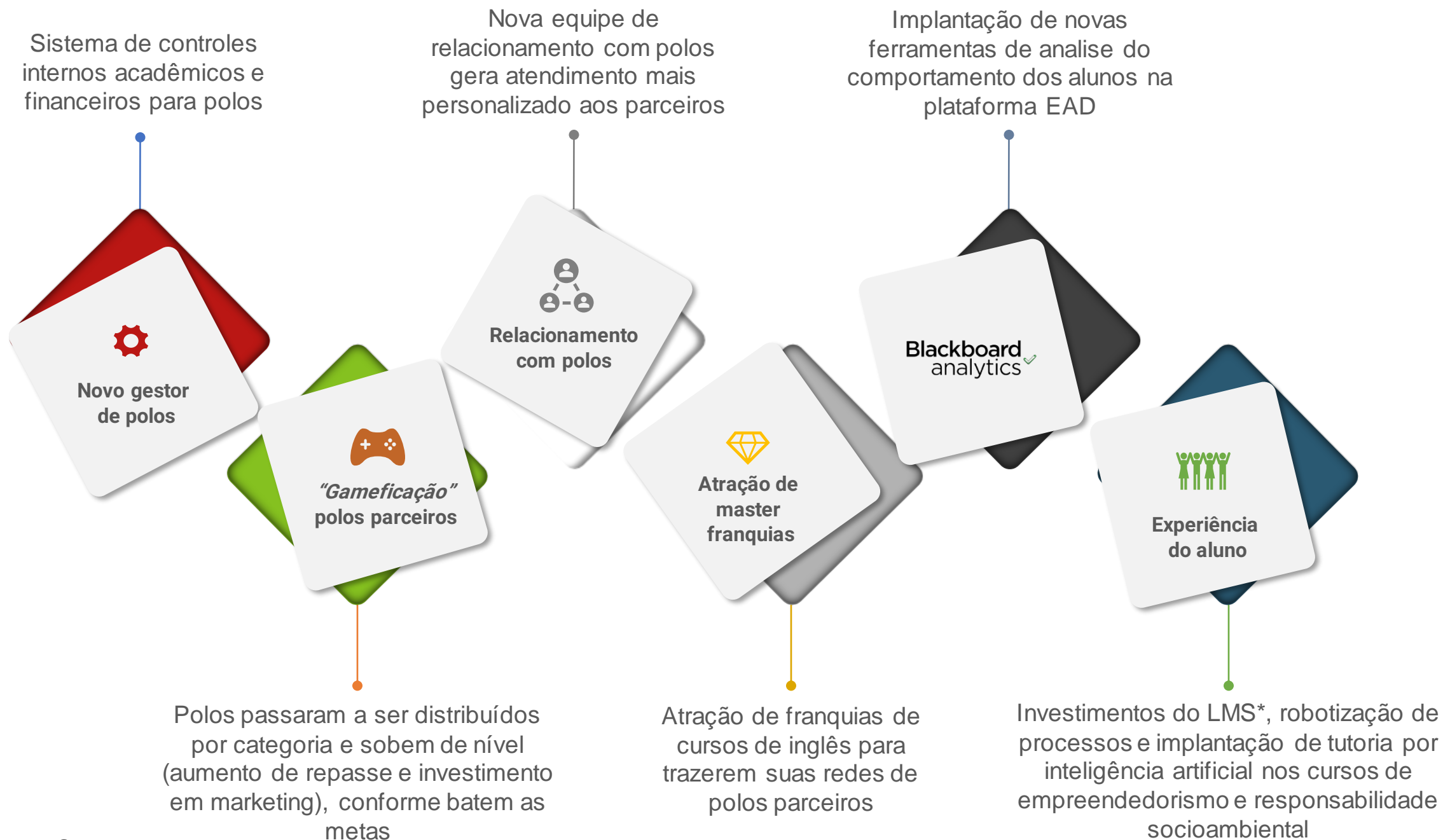
Introdução ao Empreendedorismo

Gestão Cultural

Office 365 gratuito para alunos e professores



Melhorias nos processos de gestão do EAD



Robotização de Processos



- 30 robôs para automação de processos já concluídos
- +280 robôs no pipeline de programação

Campus 2.0

- Integração entre EAD/presencial maximiza e otimiza oferta dos cursos e utilização de ativos



- Retrofit de unidades existentes para conceitos desejados pelo público jovem
- Novas unidades lançadas com mais cursos presenciais e preferencialmente dentro ou próximo a shopping centers
- Potencial maximização da utilização dos ativos e eficiência do marketing

Capacitação de docentes para metodologias ativas

- Metodologias ativas que utilizam aplicativos em sala de aula, aproximam ainda mais o ensino presencial ao EAD



- Tecnologia de ponta em aplicação e controle de metodologias ativas



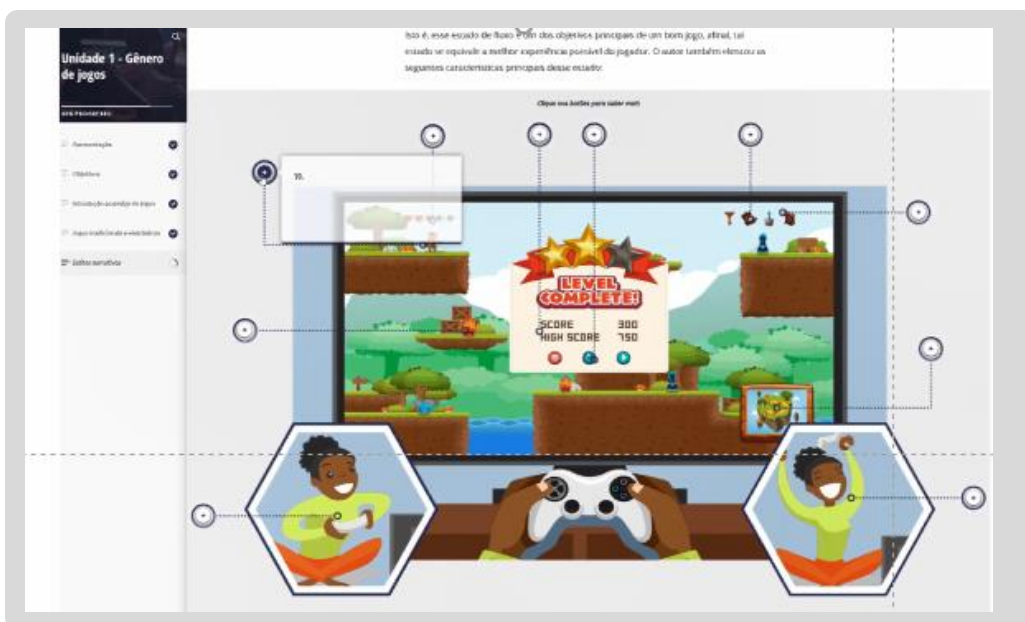
- iniciado a partir de 2019.1



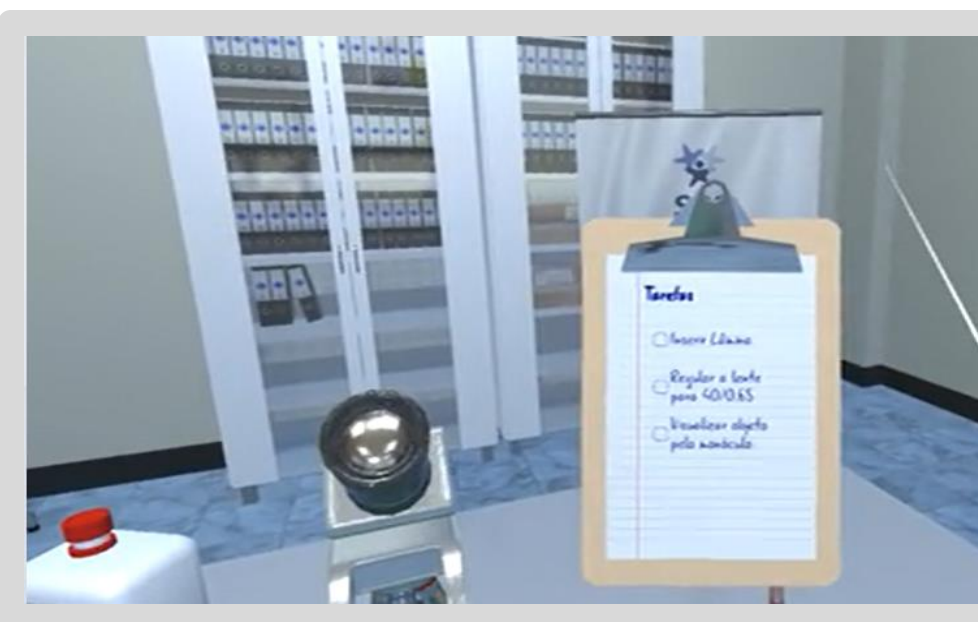
Novas videoaulas com interações em chroma key



Multiplataforma: conteúdos interativos podem ser transformados em estáticos ou multi-tela



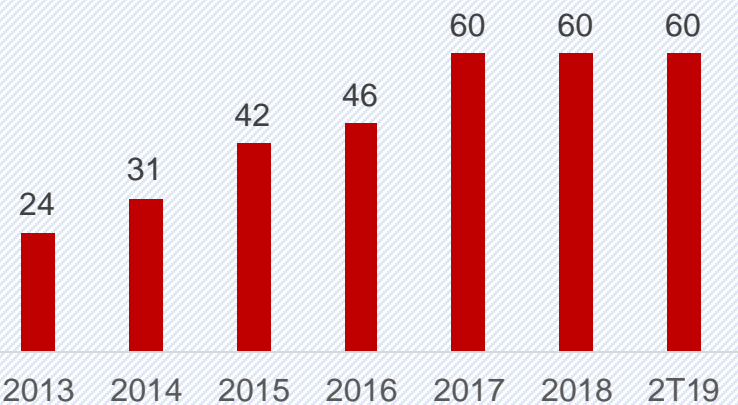
Trilhas de aprendizado mais interativas e “gameficadas”



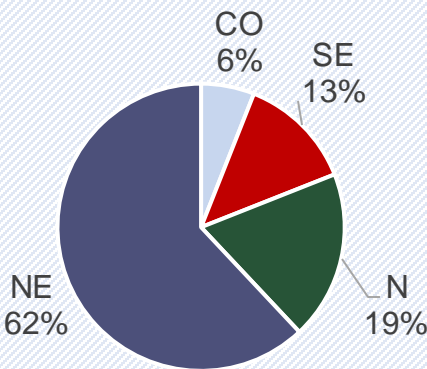
Nova geração de laboratórios virtuais para computadores, tablets e óculos

Crescimento orgânico presencial

Unidades em operação



Unidades abertas nos últimos 36 meses por região



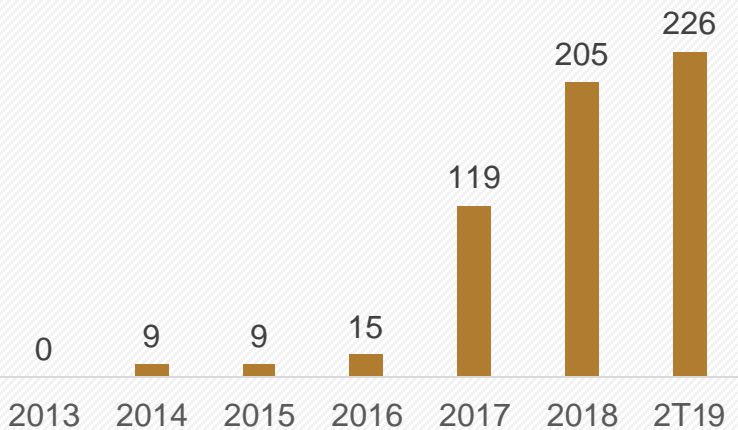
Status do credenciamento de novas unidades

Status dos Credenciamentos Obtidos	Quantidade
Novos credenciamentos em operação (últimos 3 anos)*	14
Credenciamentos obtidos não operacionalizados	35
Total de credenciamentos obtidos desde o IPO	71

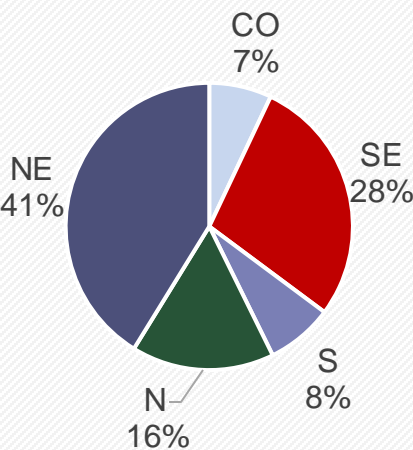
- Nova regulamentação de autonomia para universidades, centros universitários e faculdades

Crescimento orgânico EAD

Polos EAD em operação



Polos EAD abertos nos últimos 36 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 20

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

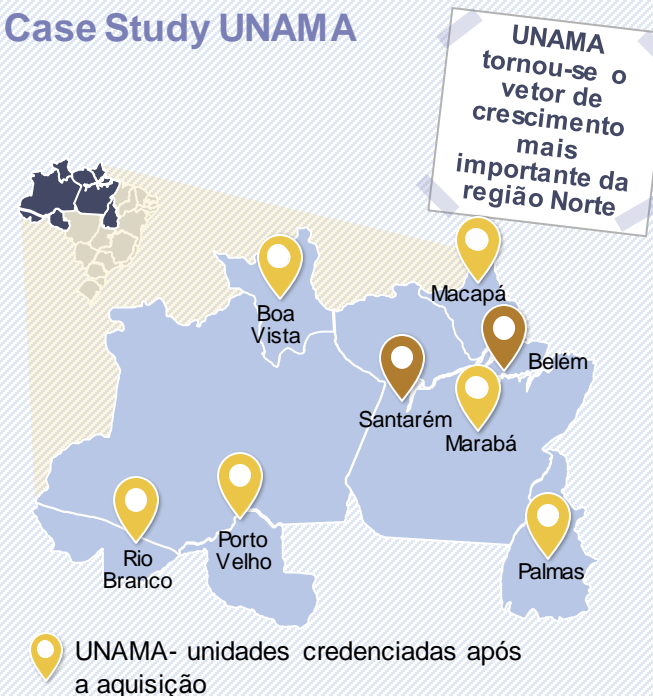


Localização geográfica estratégica



Potencial para *double turnaround*

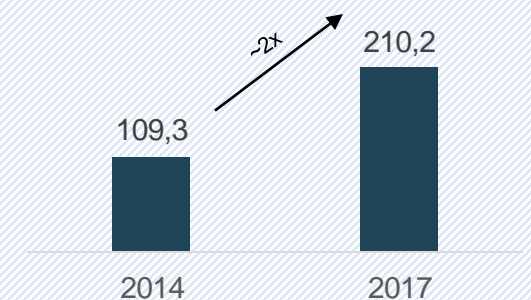
Case Study UNAMA



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



UNINORTE: Fortalecimento nas regiões de origem da Ser Educacional e oportunidade para *double turnaround*



Ser Educacional que já detém a marca mais reconhecida do Nordeste, passa a deter as marcas mais reconhecidas do Norte e lidera na duas maiores cidades da região em número de alunos presenciais

Racional estratégico da transação

- 1

Fortalecimento da posição de mercado da Ser Educacional na Região Norte e assumir a liderança na maior cidade da região

- Região Norte possui a segunda menor penetração de ensino superior do Brasil
- 2

Uninorte é líder no mercado de Manaus com sólida reputação de marca

- modelo alinhado com a estratégia da Ser Educacional em seus mercados chave
- 3

Potencial para “double turnaround”

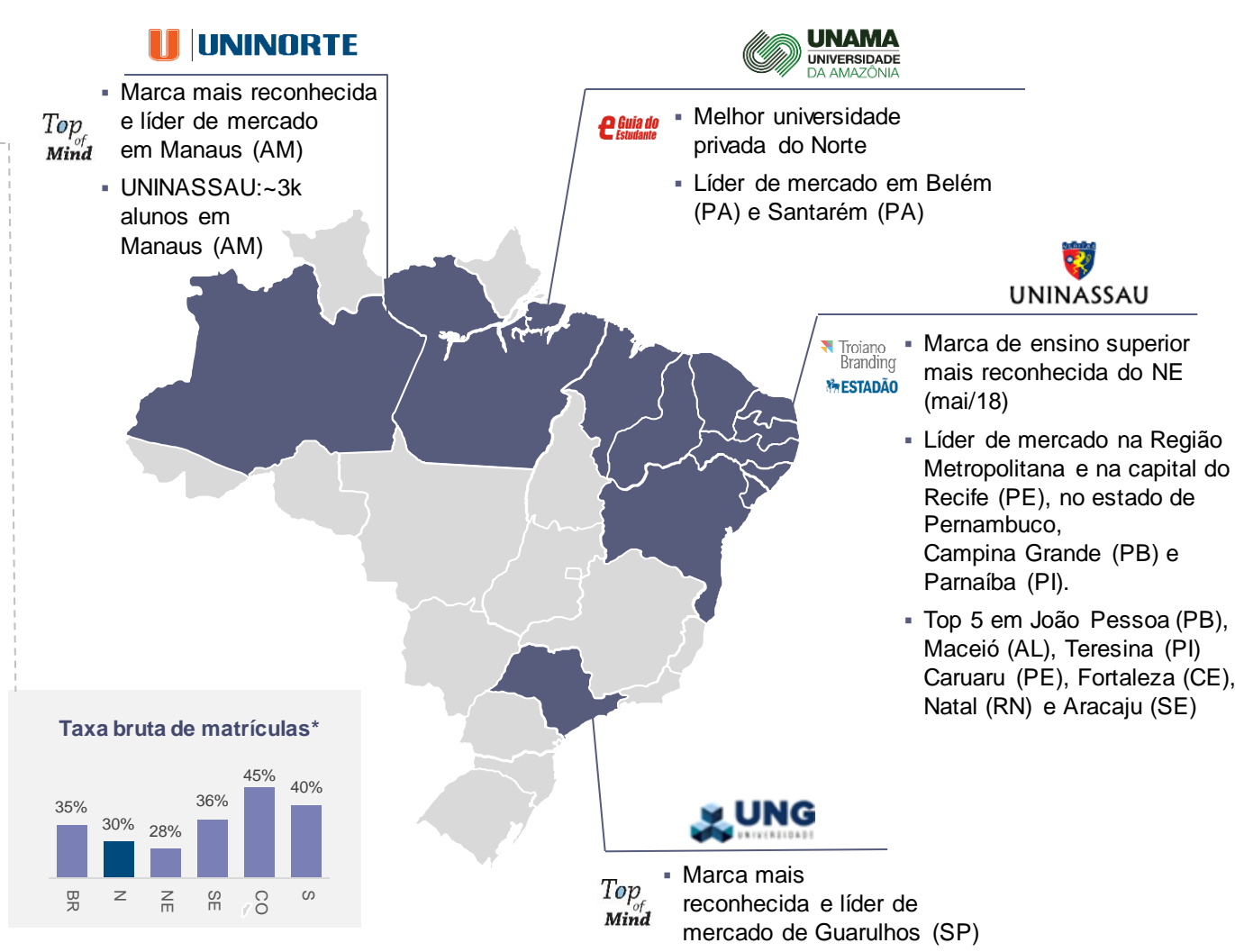
- Geração de sinergias operacionais

- Potencial de crescimento de receita por meio do lançamento de novas unidades presenciais e do EAD 100% online e premium
- 4

Ser Educacional continuará com sólida posição financeira pós transação
- 5

Ser Educacional possui sólido track record em integrações, com mais de 20 transações, incluindo UNAMA e UNG

Posicionamento estratégico diferenciado em suas regiões de atuação



*Porcentagem de matrículas na Educação Superior em relação à população de 18 a 24 anos. Fonte Observatório PNE www.observatoriopne.org.br - 2015

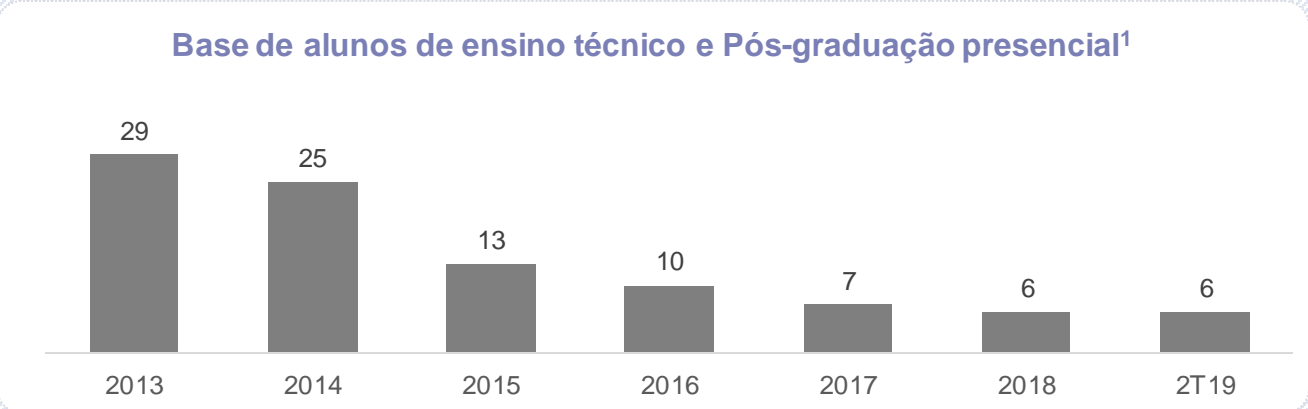
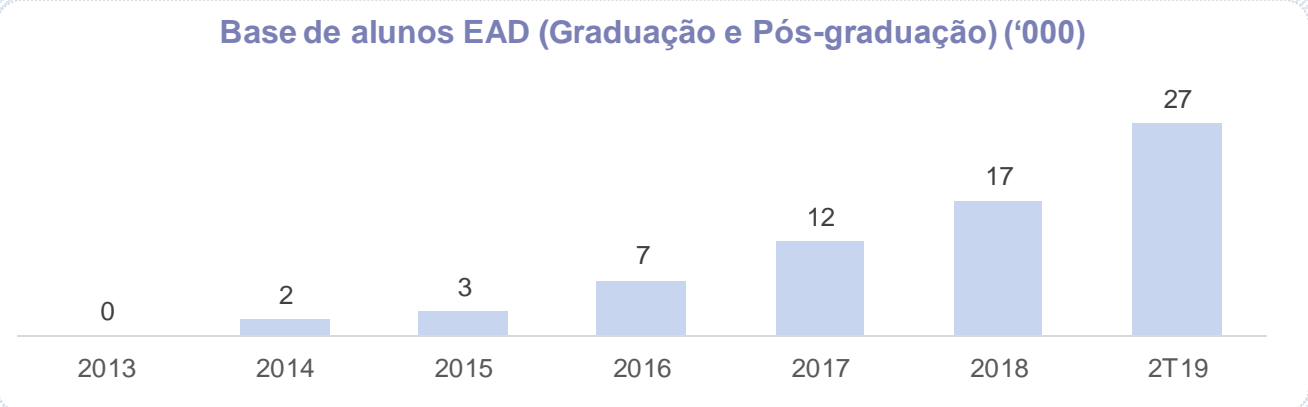
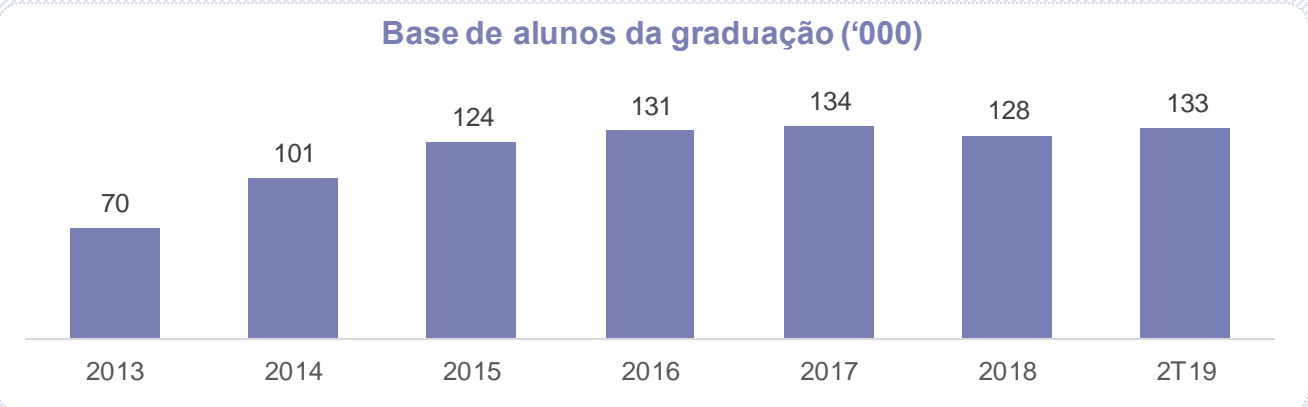
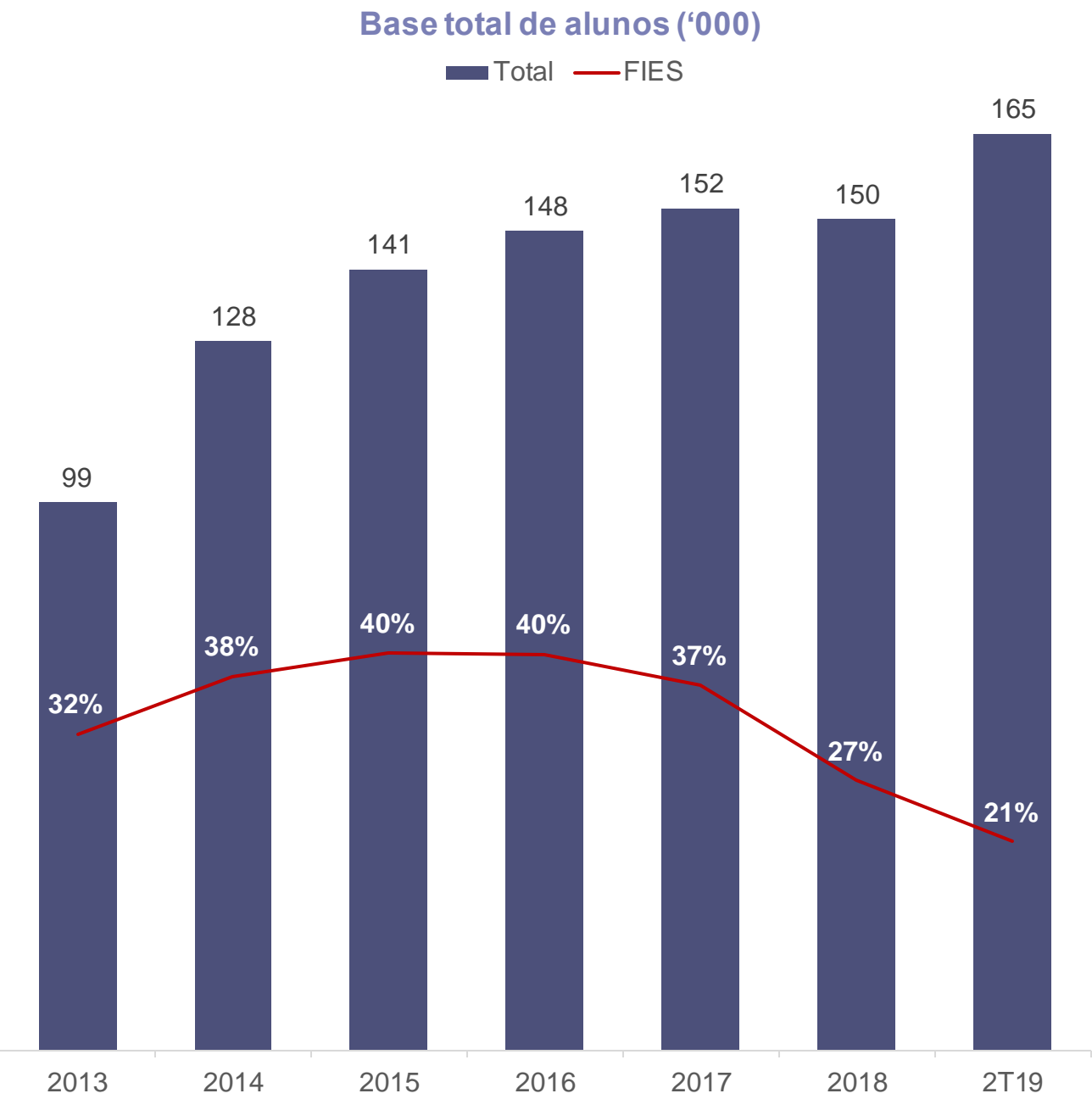
Foco na padronização, monitoramento e controle de processos que levam a maiores escalabilidades e rentabilidades





**Resultados operacionais
e financeiros**
Setembro/19

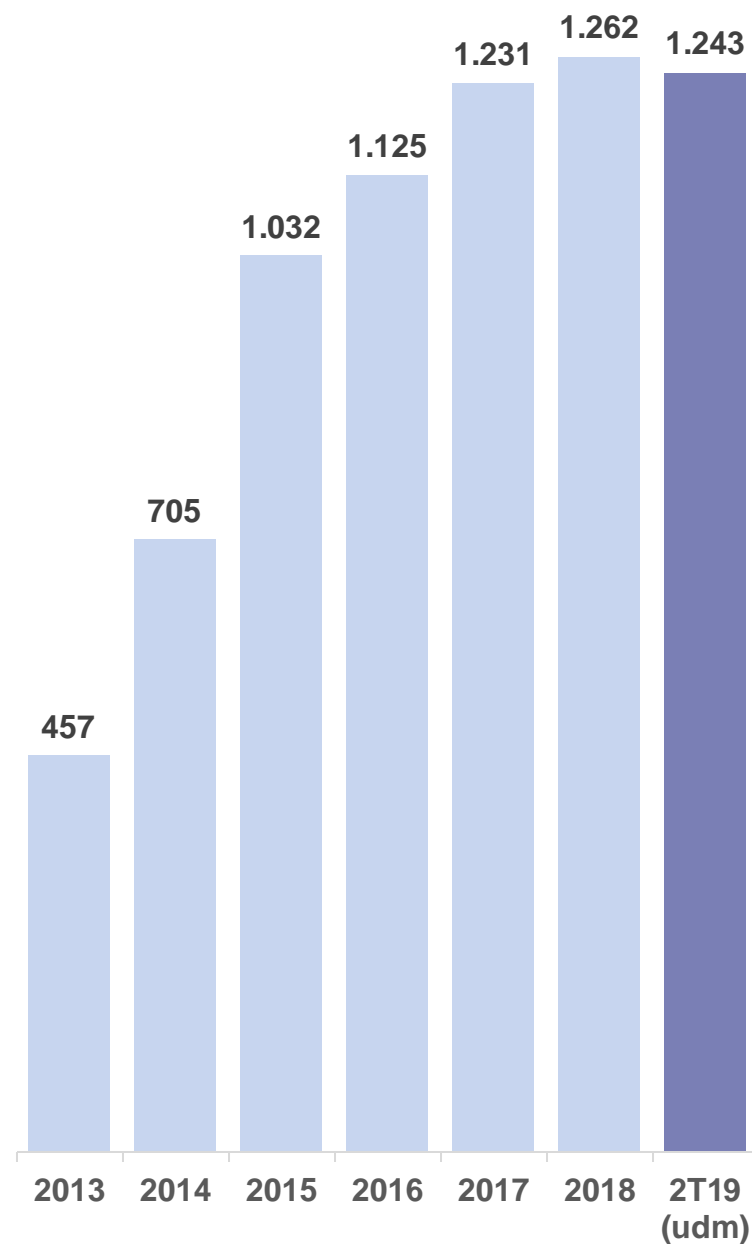
Evolução da base de alunos



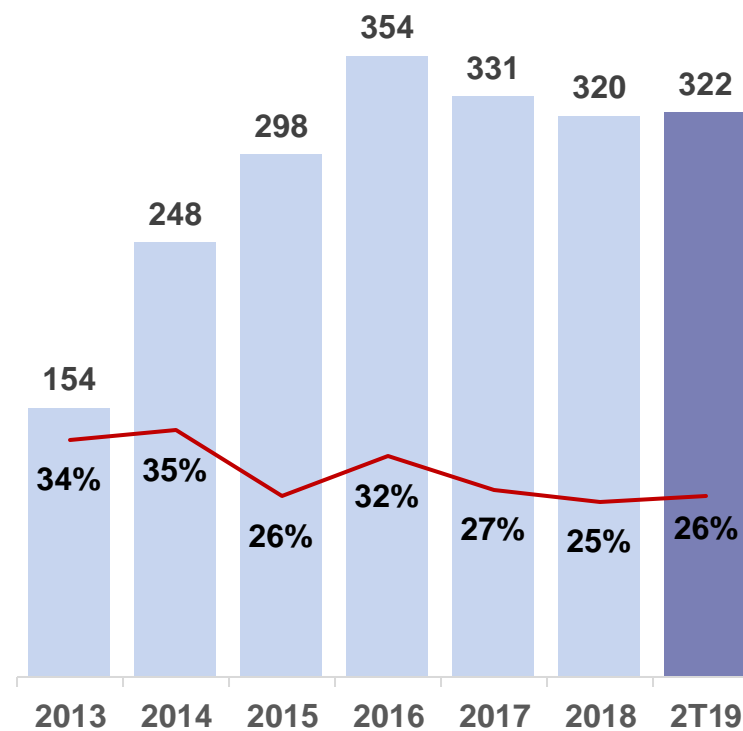
¹ Pronatec / Cursos Técnicos e Pós presencial

Performance Financeira

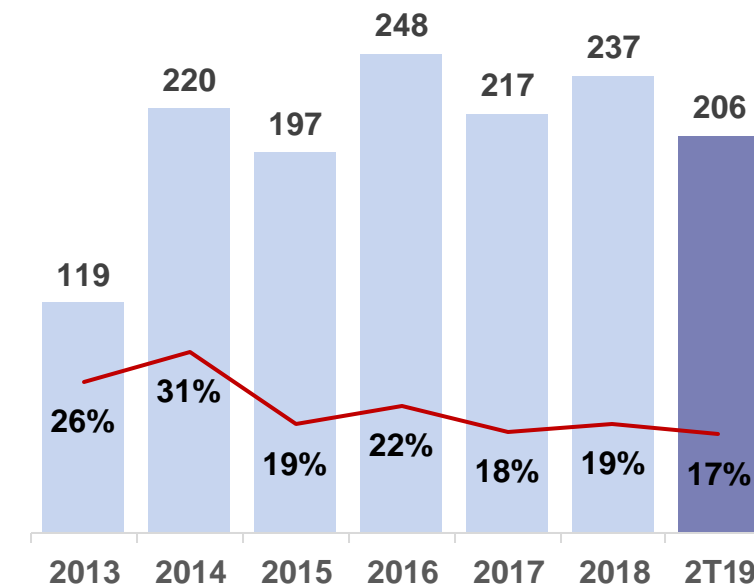
Receita Líquida (R\$MM)



EBITDA Ajustado (R\$MM)
e Margem EBITDA Ajustada (%)

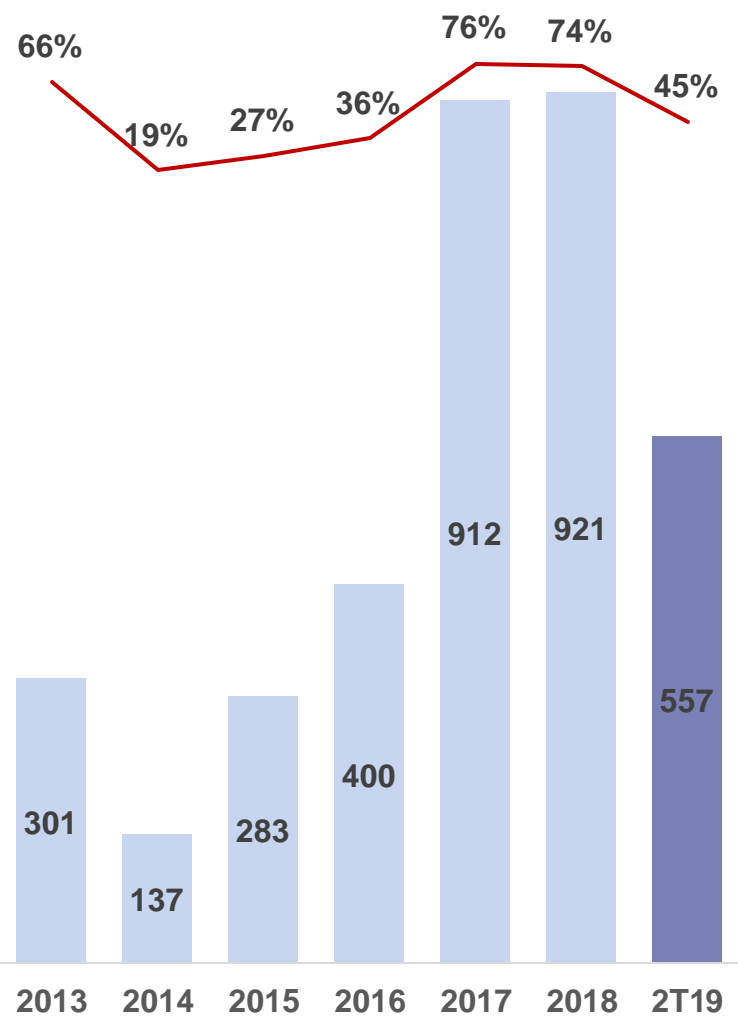


Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)
e Margem Líquida Ajustada (%)

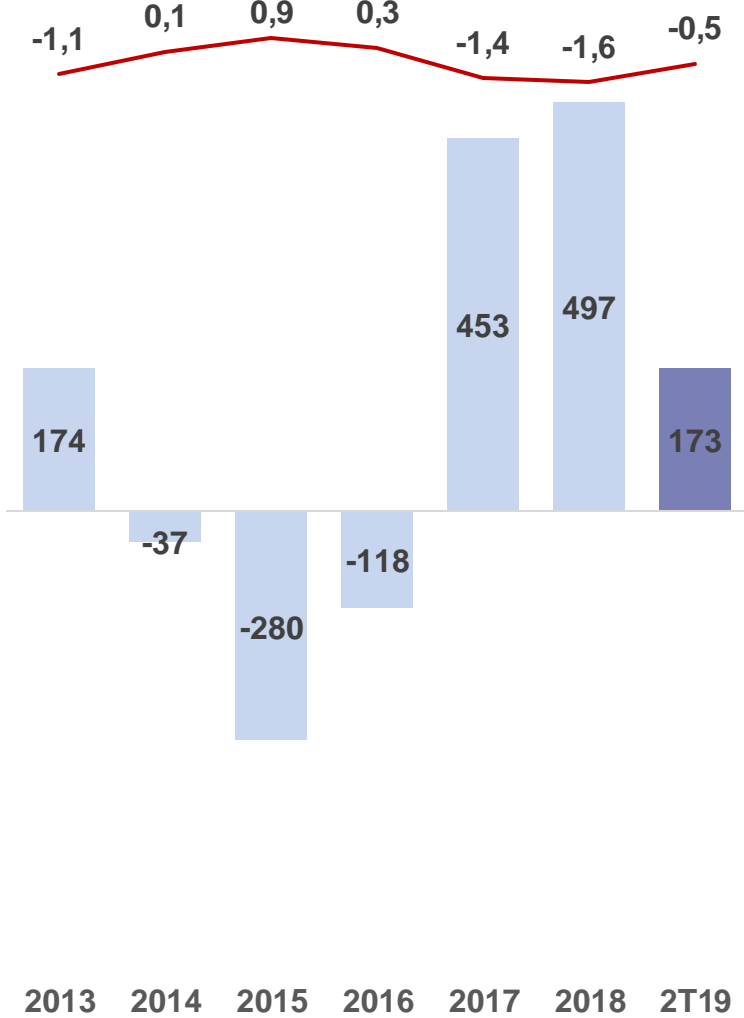


Dívida Líquida, saldo de caixa e investimentos (CAPEX)

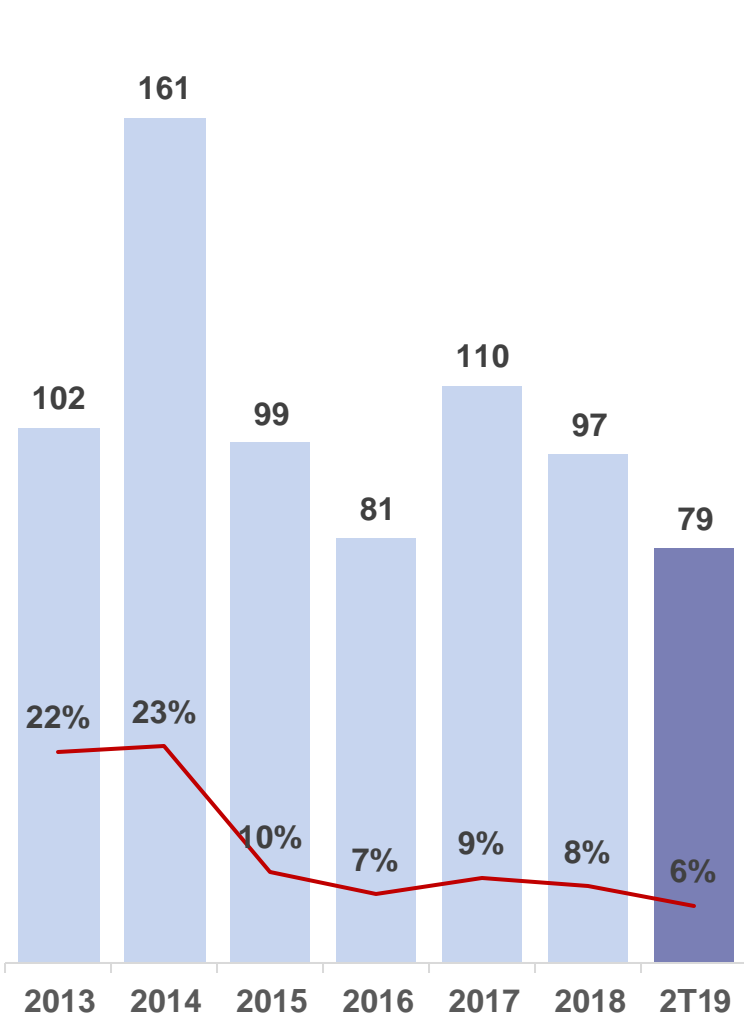
Caixa e equivalentes (R\$MM) e
% da Receita Líquida (UDM) em caixa



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



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





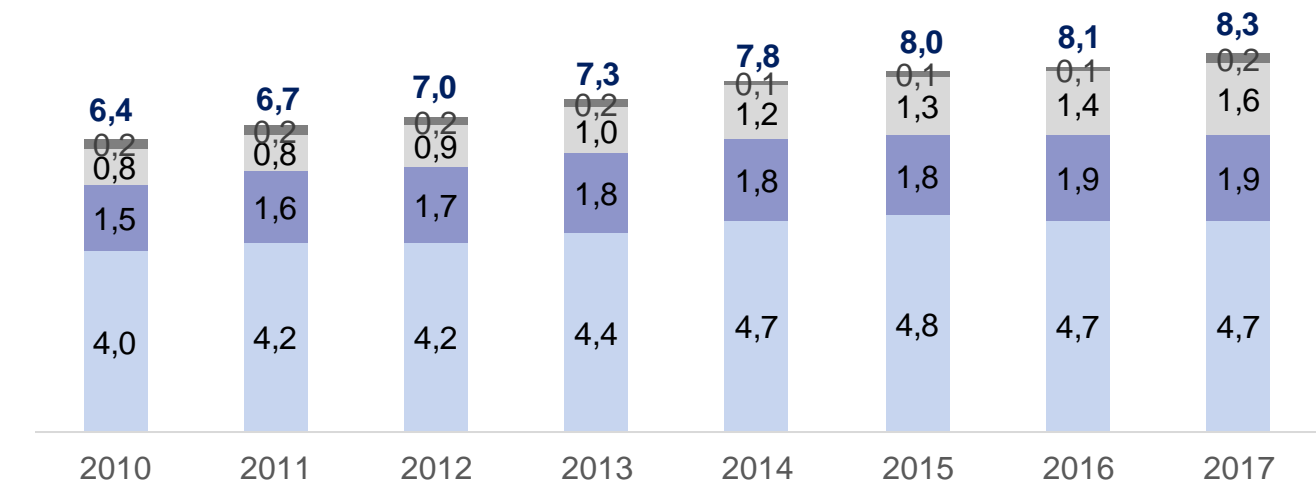
ser
educacional
gente criando o futuro

Anexos

Cenário Brasileiro – Perfil Aluno

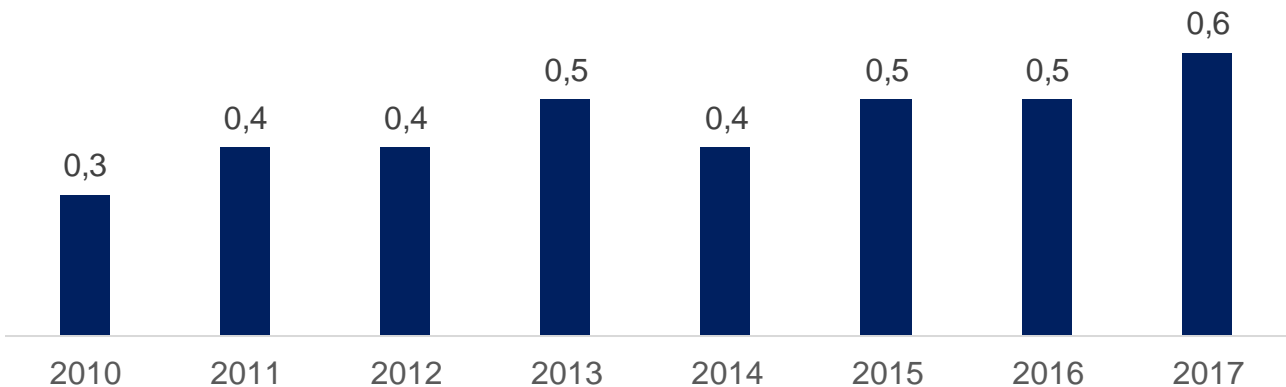
Evolução base de alunos em graduação 2017 (mm de alunos)

Presencial Privado Presencial Públicas EAD Privadas EAD públicas



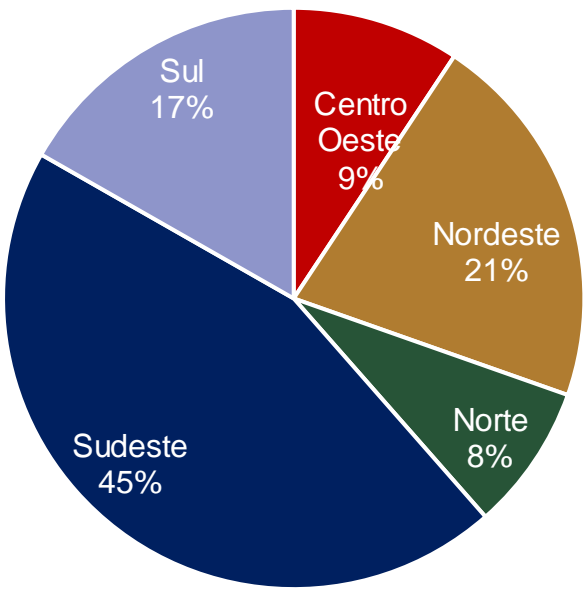
Fonte: INEP

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



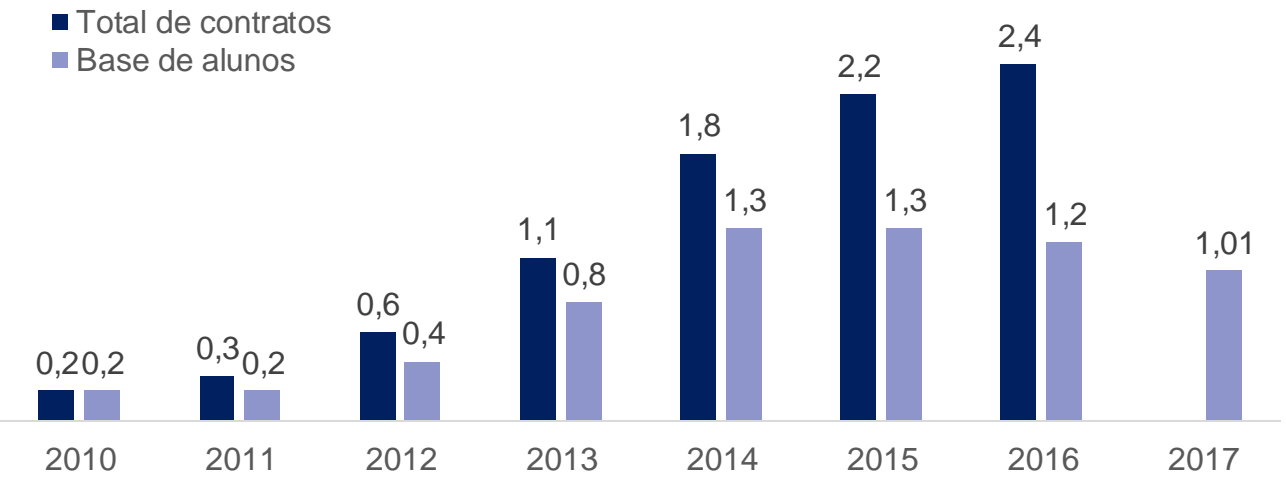
Fonte: INEP

Alunos por região 2017 (mm de alunos e % do total)



Fonte: INEP

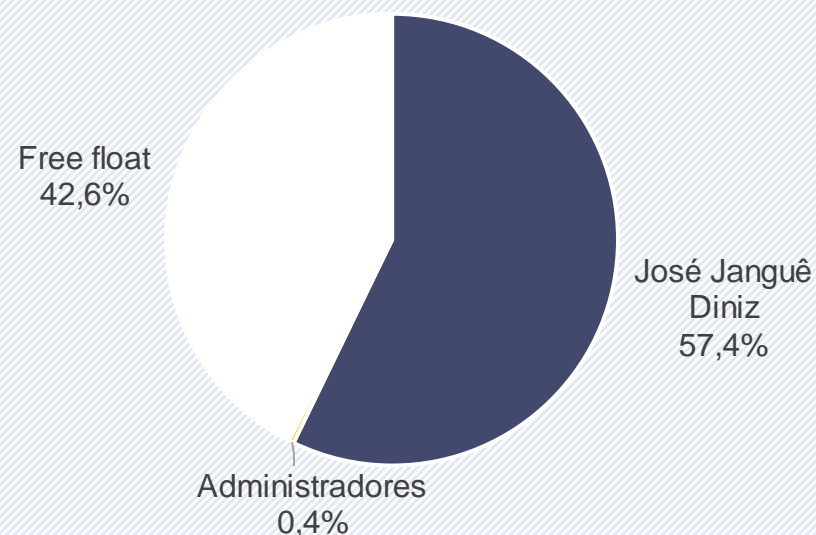
Evolução da base de contratos vigentes do FIES



Fonte: INEP

Governança corporativa reconhecida pelo mercado

Composição Acionária Agosto - 2019



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 Diniz
CEO e Conselheiro

Flávio Luz
Conselheiro independente

Francisco Barreto
Conselheiro

Sidney Levy
Conselheiro independente

Conselho Fiscal

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

Nazareno Habib Bichara
Conselheiro

Fernando Ramos dos Santos
Conselheiro

Comitê de RH e Governança

Herbert Steinberg
Conselheiro independente

Jânio Janguê Bezerra Diniz
CEO e Conselheiro

Diretoria Estatutária

Jânio 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

- **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

FORMAÇÃO DE QUALIDADE PARA VOCÊ VENCER

CONTACTOS:

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

Phone: +55 (11) 2769-3223

E-mail: ri@sereducacional.com

Website: www.sereducacional.com/ri





Institutional Presentation
September/19

Ser Educacional profile	1
Brazilian higher education market and Ser Educacional social vision	2
Ser's growth paths	3
Operational and financial results	4



ser

educacional

gente criando o futuro

**Ser Educacional
Profile**

Ser Educacional Profile



- 1

Leader in the higher education market in the North and Northeast regions, areas that present the highest growth rates of the sector in Brazil.
- 2

Complete portfolio of courses in the segments of on campus and distance learning (DL), offered through regional brands and high capillarity.
- 3

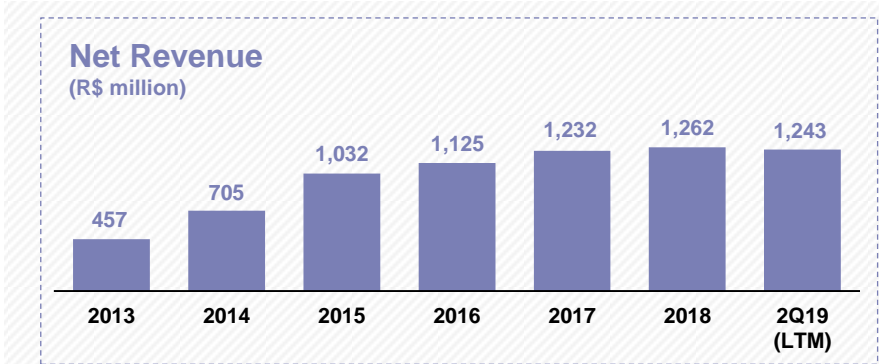
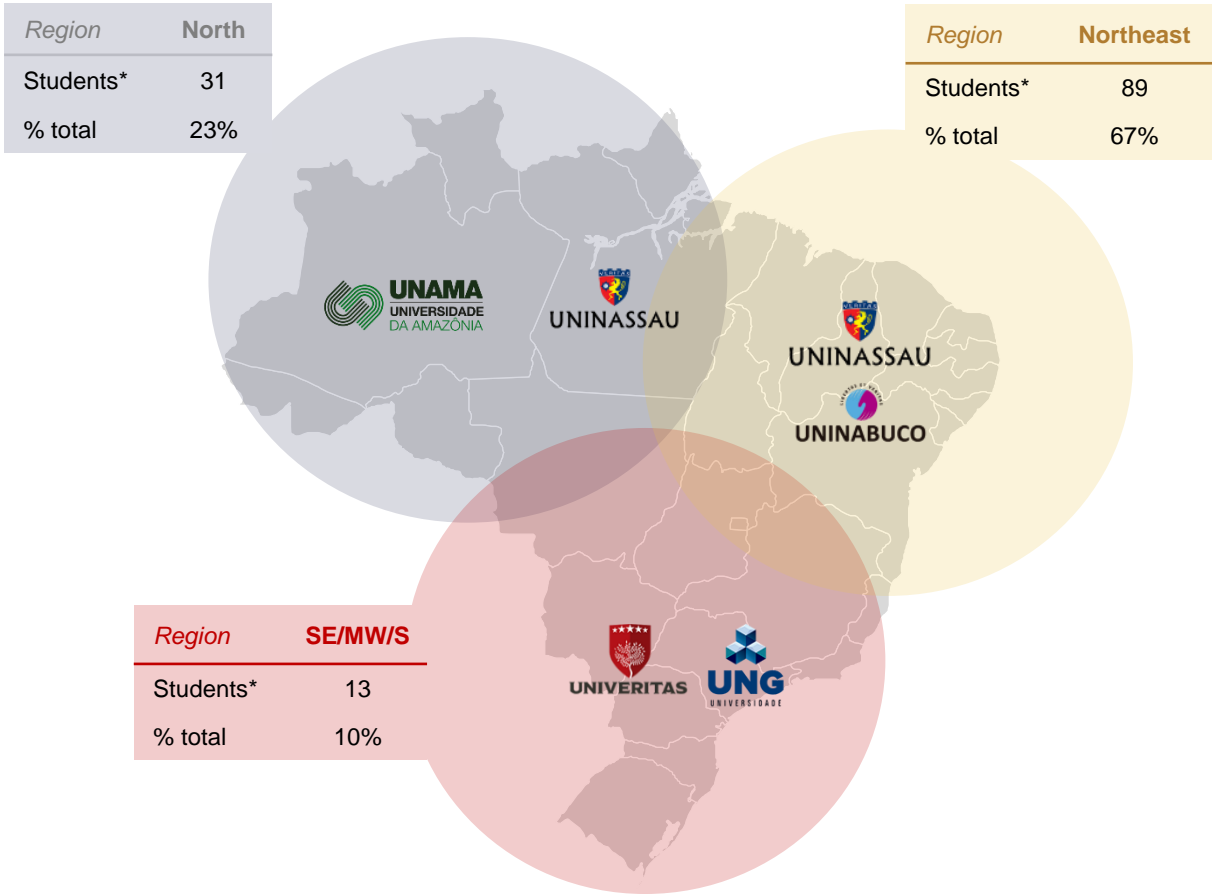
Highly visible paths for growth: selected acquisitions, new on-campus units and DL expansion.
- 4

DNA of innovation and social engagement, recognized by the market and local communities.
- 5

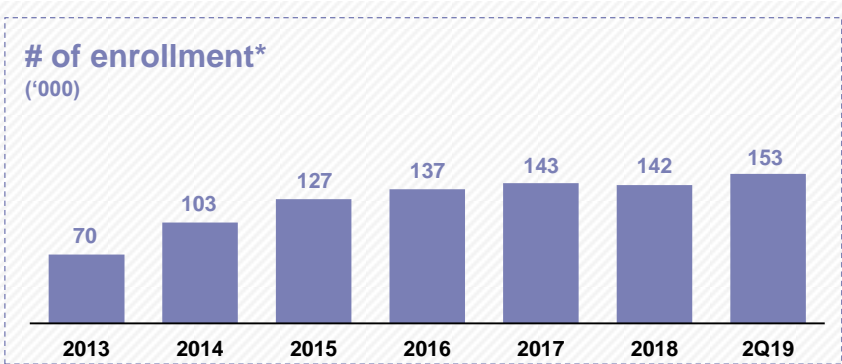
Superior value proposition for the student based on teaching quality, advanced infrastructure and labor market recognition.
- 6

Company with controlling shareholder (57% of capital), with a solid execution history, standardization of processes and gain in operational efficiency.

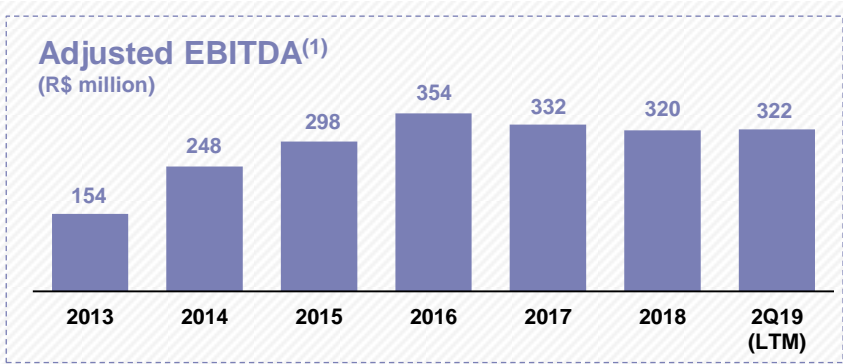
Distribution of the student base ('000) and regional brands as of 2018



Source: Company.



* Student on campus graduation and distance learning



Note:(1) Adjusted EBITDA as reported by the company.

16 years of consistent development blending organic growth alternatives and acquisitions

2003-2007 Local Player

2008-2013 Reginal Player

2014-2Q19 National Player

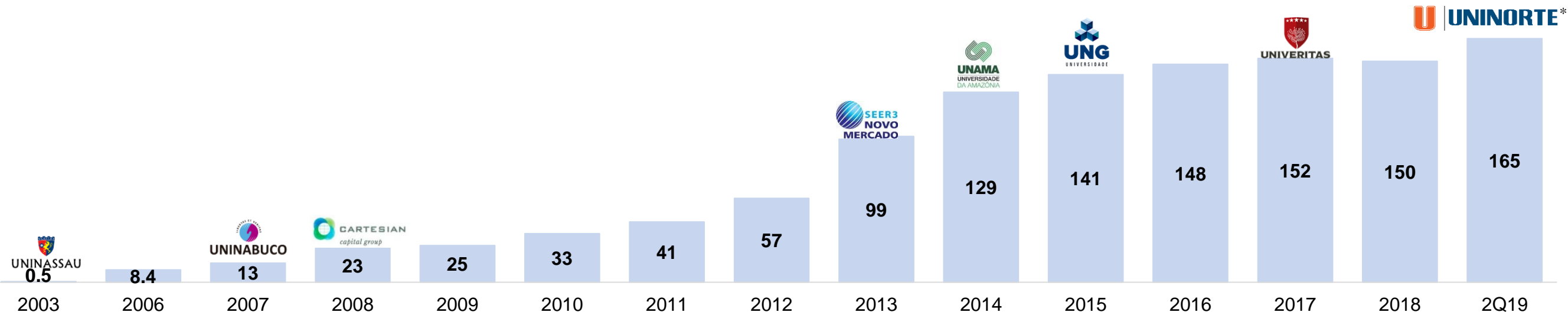
Main Developments

- 2003 – 2007: creation of the first on campus units
 - UNINASSAU do Recife (PE)
 - UNINASSAU João Pessoa (PB)
 - UNINASSAU Campina Grande (PB)
 - UNINABUCO Paulista (PE)

- Cartesian Capital Group investment
- Presence in all northeastern state capitals through organic growth and acquisitions
- Presence in the largest cities in the North through acquisitions: Belém and Manaus
- IPO on the B3 Novo Mercado




- Acquisition of UNAMA (PA), UNG (SP) e University Center in Rio de Janeiro (RJ) and accreditation in Belo Horizonte (MG), Fortaleza (CE), Olinda (PE), Parnamirim (RN) e São Lourenço da Mata (PE)
- UNIVERITAS brand released for operations in Southeast, South and Mid-West.
- Capital increase R\$392mm in Nov/17

Student Base Evolution ('000)



*CADE approval pending.

Consistent results since IPO

	@ IPO (2Q13)	Today (2Q19)	
 Regions	Focus on North and Northeast regions	National	Focus on regional brands
 # of students	76 K	165 K	~2x more
 # of on campus units in operation	23 units	60 units	~3x more
 # DL centers	zero	226 centers	new avenue of growth
 Net revenue LTM¹	R\$ 368 mm	R\$ 1.243 mm	~3x more
 EBITDA LTM¹	R\$ 126 mm	R\$ 322 mm	~2.5x more
 EBITDA LTM¹ / Student	R\$ 1,650/year	R\$ 1.945/year	Efficiency gain

Consistent value generation since IPO

¹ LTM: Last twelve months

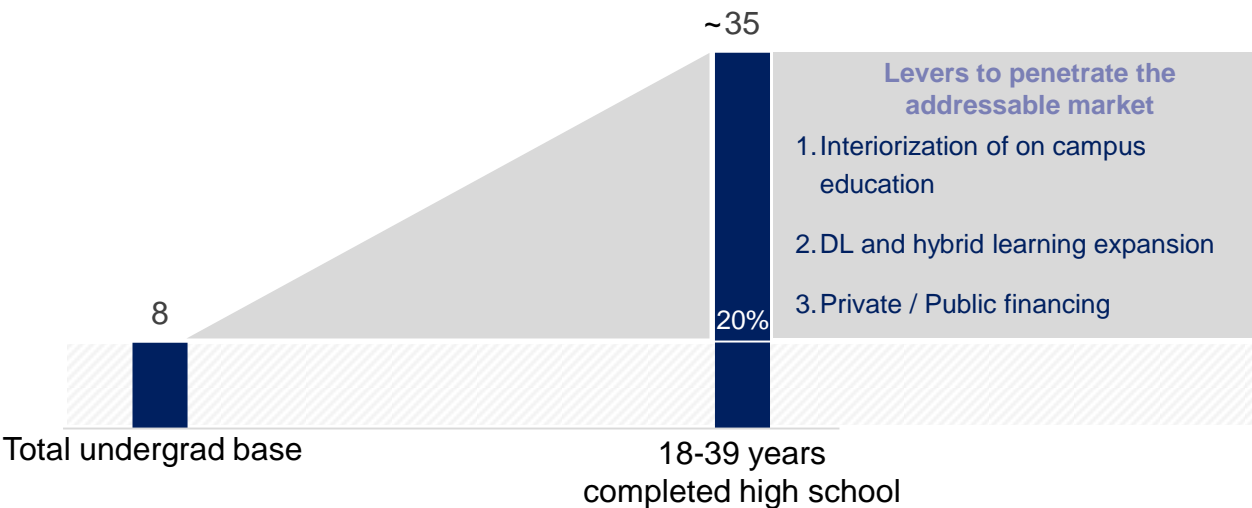


Brazilian higher Market and Ser Educacional social vision

Relevant addressable market that generates value to students

Addressable market analysis

Brazilian addressable market analysis (in mm habitants) - 2017

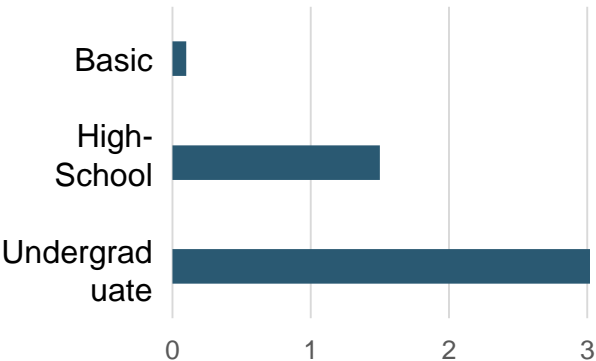


Source: IBGE, INEP e Ser Educacional estimates

Higher education proves to be valuable to the student

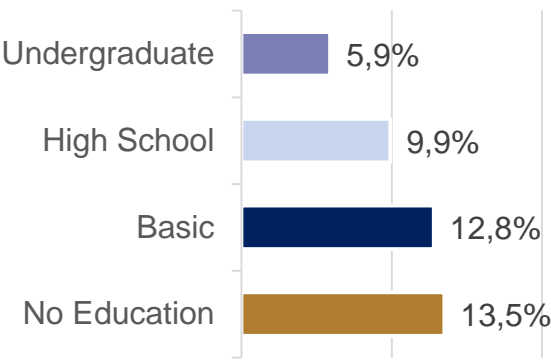
Average compensation by education level

R\$/Month, 2Q16, 25-34 years



Source: IBGE/PNAD and JP Morgan

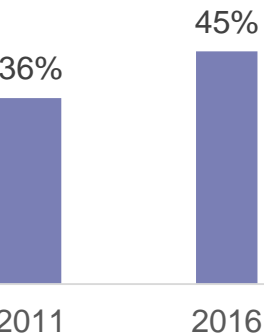
Unemployed by educational level



Fonte: IBGE BTG Pactual Dec/18

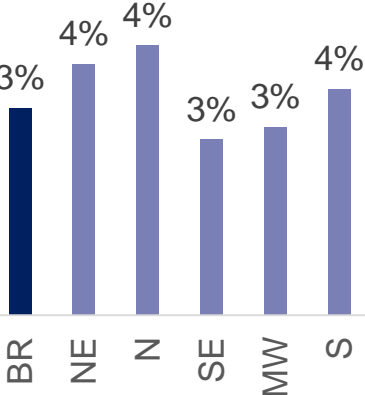
Challenging economic scenario over the last years

Market Share top 10 players (total of 2,3 k players)



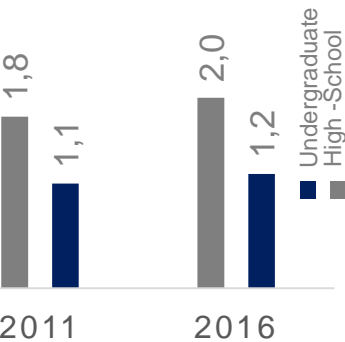
Source: INEP/Santander

CAGR Student base per region (2012 – 2018)



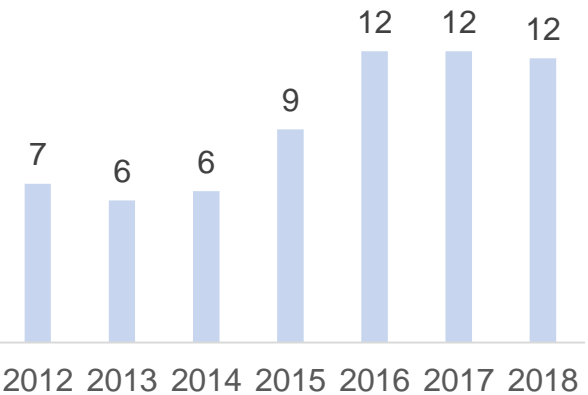
Source: INEP / Ser Educacional

High School x Undergraduation Graduations (million of students)



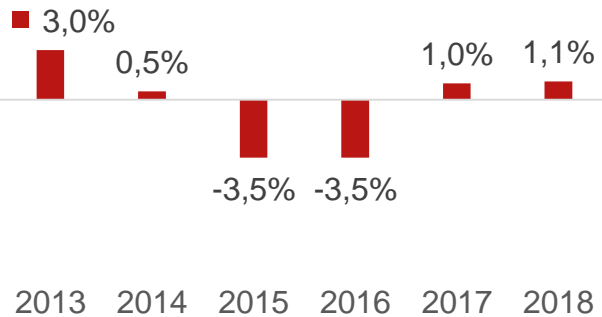
Source: INEP

Brazilian unemployment (million of habitants)



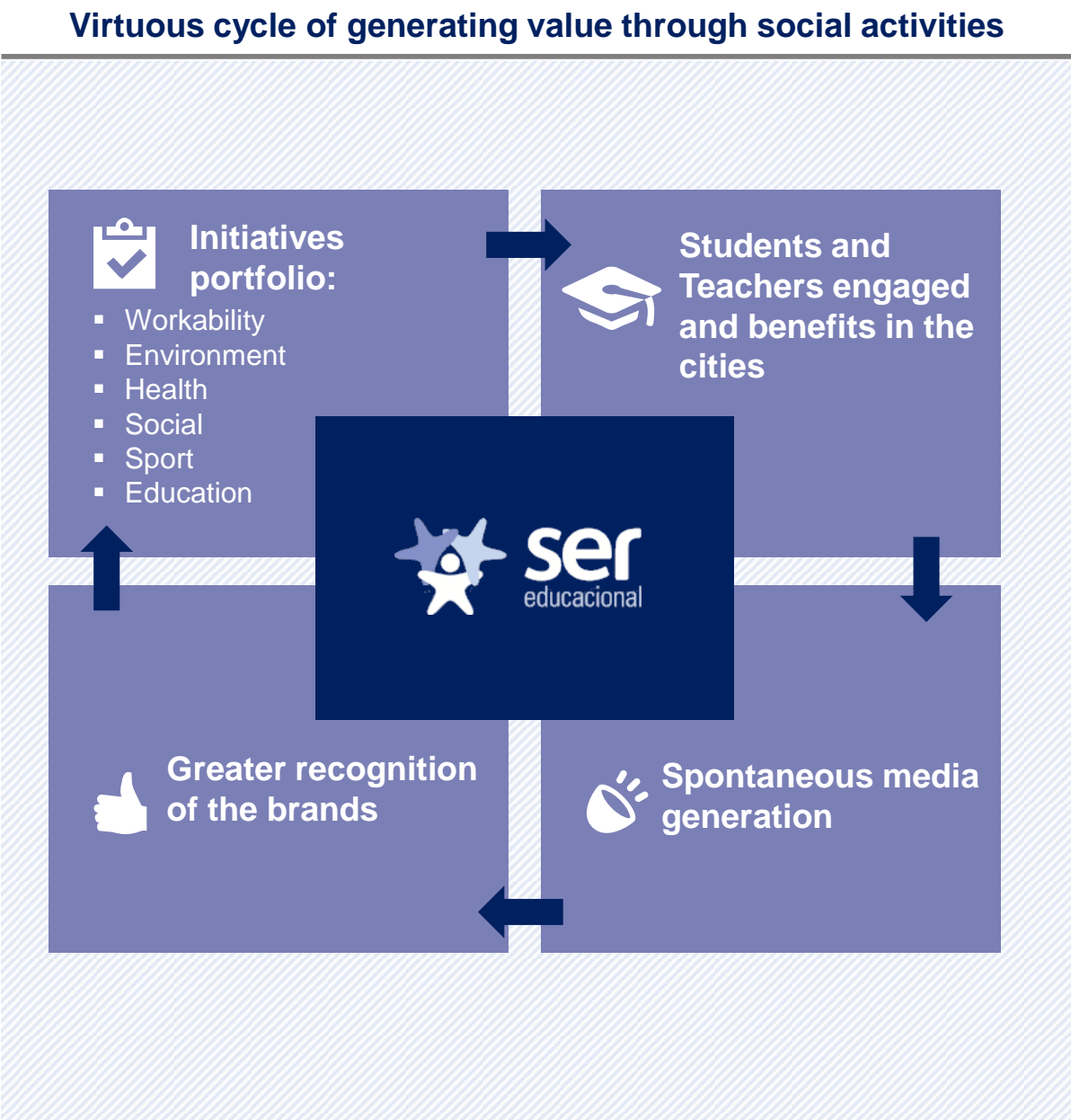
Source: IBGE

Year-over-year GDP growth



Source: IBGE

Ser Educacional has created a virtuous cycle of generating social value in the cities since its foundation



Highly recognized regional brands

Brand recognition ¹	Spontaneous media generation
<p>UNINASSAU: most recognized brand of higher education in the Northeast region (may/18)</p> <p>Troiano Branding ESTADÃO</p> <p>Belém 1, Teresina 2, Fortaleza 2, Natal 4, João Pessoa 2, Recife 1, Maceió 2, Guarulhos 1</p>	<p>News generated by spontaneous media</p> <p>18,000 news/year</p> <ul style="list-style-type: none">Frequently present in the most relevant communication vehicles in each marketSpontaneous and positive exposure of the brand in diversified segments of society

International case study

- International case study on efficiency in the generation of education at affordable prices, with financial returns and education as a tool for social mobility
- Publication: October 2017 (click on the logo to download)

¹ Research and brand recognition by city are according to the Company's internal research, while research related to the Northeast region was a partnership between Troiano Branding and O Estado de São Paulo newspaper published in May 2018

² Number of online and printed publications, measure disregards radio and TV .

Diversified portfolio of activities ensures the systematic movement of the virtuous cycle of generating social value

Social projects

Over 20 social projects spreading out knowledge, promoting social dialogue and inclusion

Highlights projects

- Productive Mothers
- Social Cirque
- Beach without barriers
- Bike without barriers
- College in community
- Bullying: finalist campaign in Cannes ([click here to watch video](#))



Environment



+4,000 wild animals rescued in 10 years

ZooUNAMA works on the recovery of animals and the reinserction of the species in the Amazon Forest

Source: Ser Educacional

Healthcare



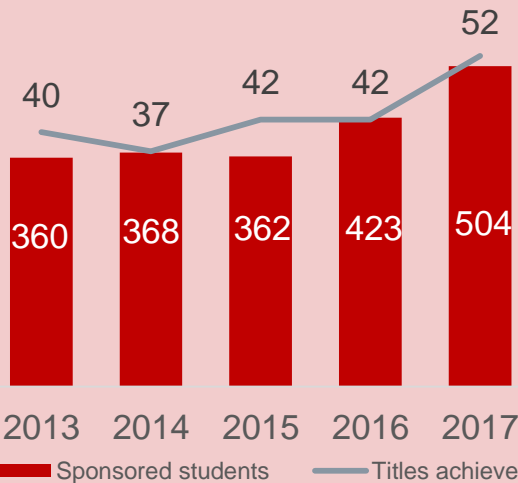
83,000 healthcare Assistances / year

Students under supervision work in pro bono healthcare programs in various fields:

- Medical Care
- Dentistry
- Nutrition
- Psychology
- Physiotherapy
- Phonoaudiology
- Nursing

Source: Ser Educacional

Sports



Source: Ser Educacional

Higher education treated as a social mobility tool

Workability: supporting income generation

Career Center Services

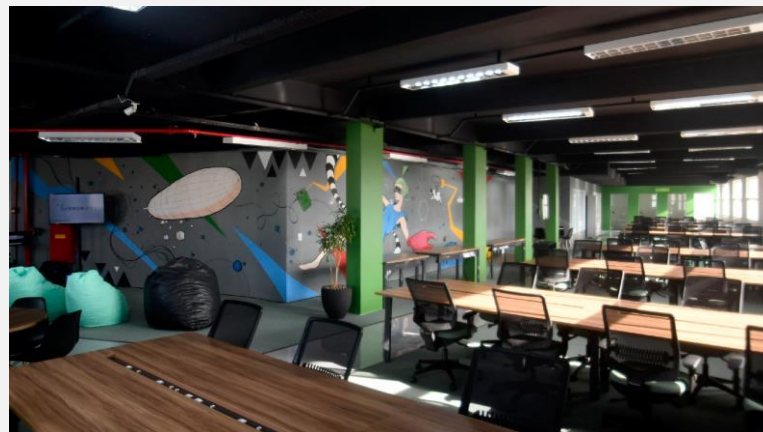


Career Portal



- 100% of the courses have the entrepreneurship chair
- +4 thousand assistance per year in legal practice centers

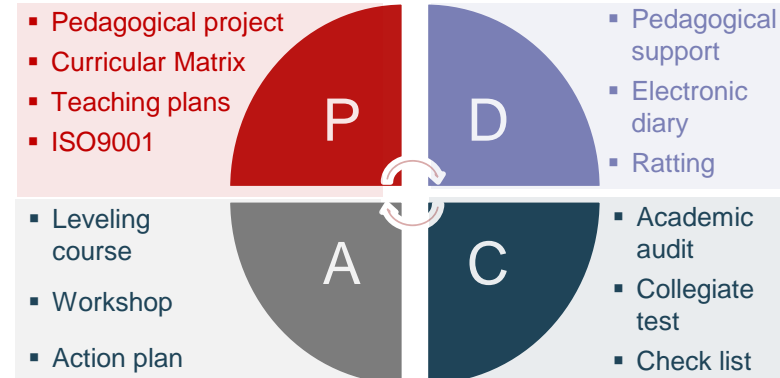
Startups Incubator



Education: quality of education for all

Unique educational methodology with integrated curricular matrix that allows a comparison of performance between units through the collegiate test

Academic PDCA



Development



Training of teachers



Academic performance per unit



Pedagogical week



Wheel of masters

Focus on students and society development: +20 multidisciplinary congresses per year and free summer courses at the Company's main campuses

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.

5.6K

NOTICIA 0 COMENTÁRIOS

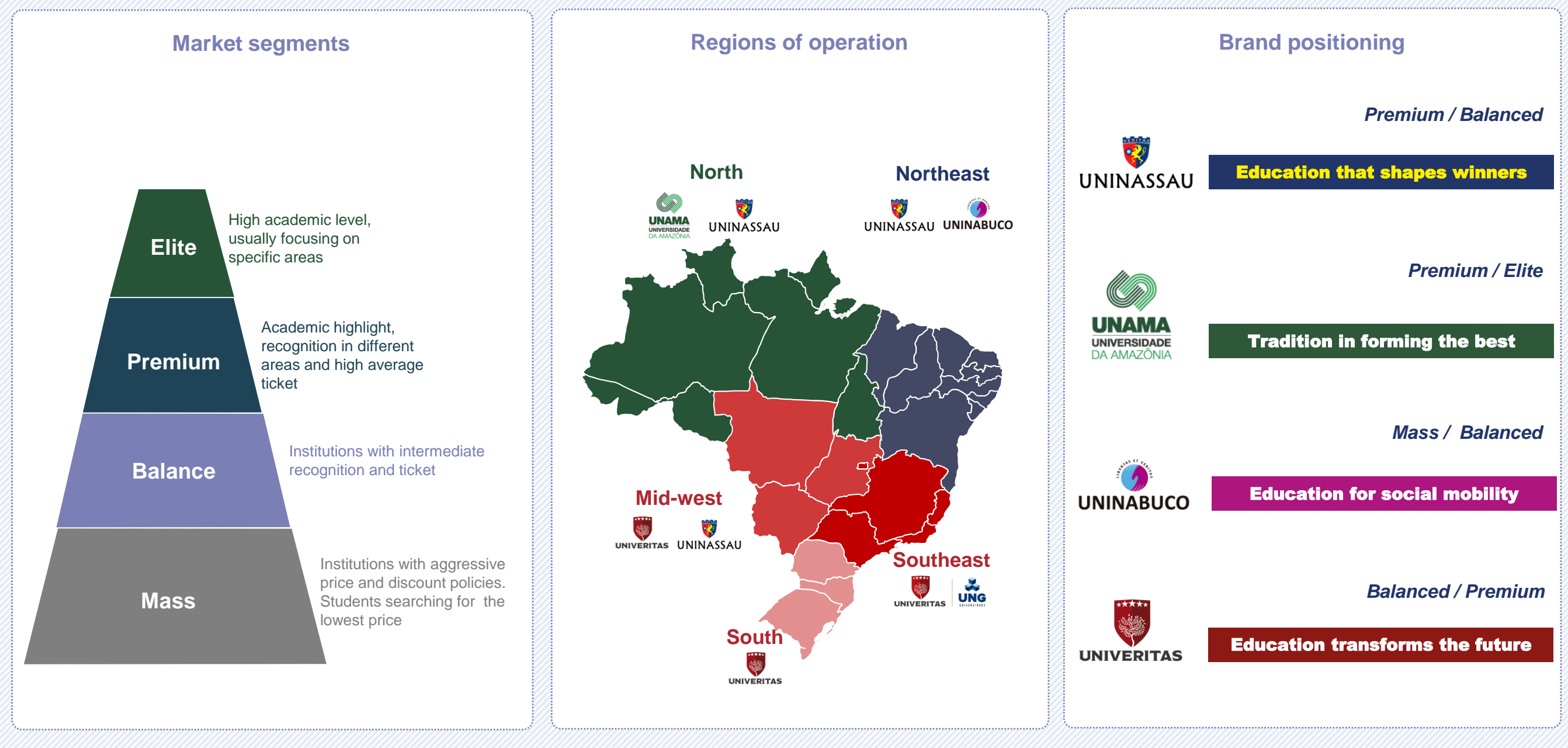
Para quem deseja aperfeiçoar seus conhecimentos neste mês de férias, o **Projeto Capacita** da Faculdade Maurício de Nassau, campus Fortaleza, está ofertando mais de **três mil vagas** para cursos gratuitos. São 53 especializações que vão desde empreendedorismo à saúde, tendo direito a emissão de **certificado**. 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



Regional and targeted brands for specific market segments





ser
educacional
gente criando o futuro

Ser's growth avenues

Clear strategic objectives for resumption of growth and profitability



Organic growth

Development of on-campus , semi-present and DL segments

- 14 maturing units
- New units in 2019.2
- +4 new units under review for 2020
- Growth and maturation of the DL centers base



Acquisitions

UNINORTE integration and new acquisition pipeline

- UNINORTE in final phase of analysis at the Brazilian antitrust agency (CADE)
- New acquisition pipeline targets branded assets recognized in higher education



Digital transformation

Evolution in knowledge transmission

- Integration in DL, on campus, semi-present courses in Campus 2.0 model
- Student experience improvement with the back-office robotization
- New virtual labs, learning trail and renovation of DL courses.



Light structure

Focus on maintaining a lean structure

- Semiannual adaptation of cost and expense structure
- Maintenance of accounts receivable levels at appropriate standards
- Keep the Company ready for the resumption of operating margin growth

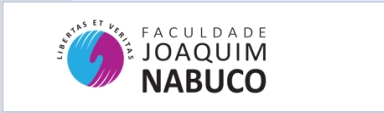



Solid balance

Solid cash position


- Focus on operating cash generation
- Strong capital structure to enable future acquisitions


Ser's business model is designed to offer a superior value proposition to students




**Location**


- Location is a key factor influencing the choice of a higher education course
- Units strategically located close to students' work and public transportation hubs





**Infrastructure**


- Facilities designed to provide the best student experience possible
- Facilities recognized by MEC and local communities



**Academic quality**

- The best academic quality consistent with the need and perceived value of the student
- UNAMA: The best Private University in the North in 2016 and 2017
- 1st Company listed to hold 2 University Centers with CI(3) 5 (UNINASSAU Recife and UNIVERITAS Rio de Janeiro)



Quality metric(2016)	
CPC(1)	IGC(2)
 89% score 3 or 4(3)	 100% score 3 or 4(3)

**Professional placement / Career development**

- Frequent analysis of courses offered to meet the demand of the labor market
- Extracurricular activities designed to facilitate the access of graduates to the best available jobs
- Core of employability and careers



Strong portfolio of brands anchored in an unbeatable value proposition for the student

Note: (1) Program-level, performed by Ministry of education (MEC). (2) Unit-based assessment, performed by MEC to evaluate quality of the programs offered. (3) Institutional Concept, used to evaluate the quality of the institution's facilities, faculty and teaching program. 15

Distance learning platform fully prepared to support the growth plan



Integration of all distance learning support activities into a single location



Additional marginal investments to support platform growth



Consolidating content production, maximizing cost efficiency



Premium DL platform



Active teaching methodologies, reverse classroom and broadcast live lessons



Ability to quickly integrate future acquisitions with reduced additional investments



DL platform with the most modern pedagogic techniques and cutting-edge teaching technology

Enhanced reality

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

Safe Assign System

safe assign
by iThenticate

Faculdade Maurício de Nassau Literatura popular

Alexandra [redacted]

Estudo de caso

Campina Grande 2017

Estudo de caso Numa turma de 1º ano do ensino médio de uma escola localizada em Iguaraçu, no município de Campina Grande, uma professora apresenta para os seus alunos uma proposta didática para o trabalho com literatura de cordel. **Seus objetivos estão muito claros, desde eles:**

1. **Aprimorar a escrita** sobre a diferença entre a linguagem oral e a escrita;
2. **Promover uma contextualização sociocultural** (capacidade 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 múltiplos pressupostos 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;

Faculdade.docx
Word Count: 1.076
Attachment ID: 108010196

64%

Citations (4/4)

- 1 Another student's paper...
- 2 http://corpeparaba.blogspot...
- 3 Another student's paper...
- 4 Another student's paper...

Artificial intelligence

- Introduction of SOFIA (artificial Intelligence software) in the course of entrepreneurship in 2018
- Answer questions about academic content 24h/7
- Comparison of grades between students and automatic suggestion of contents for learning improvement

ser
educacional

Disciplina - Empreendedorismo

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

Gráfico Desempenho

Assuntos a estudar

Características do Espírito Empreendedor

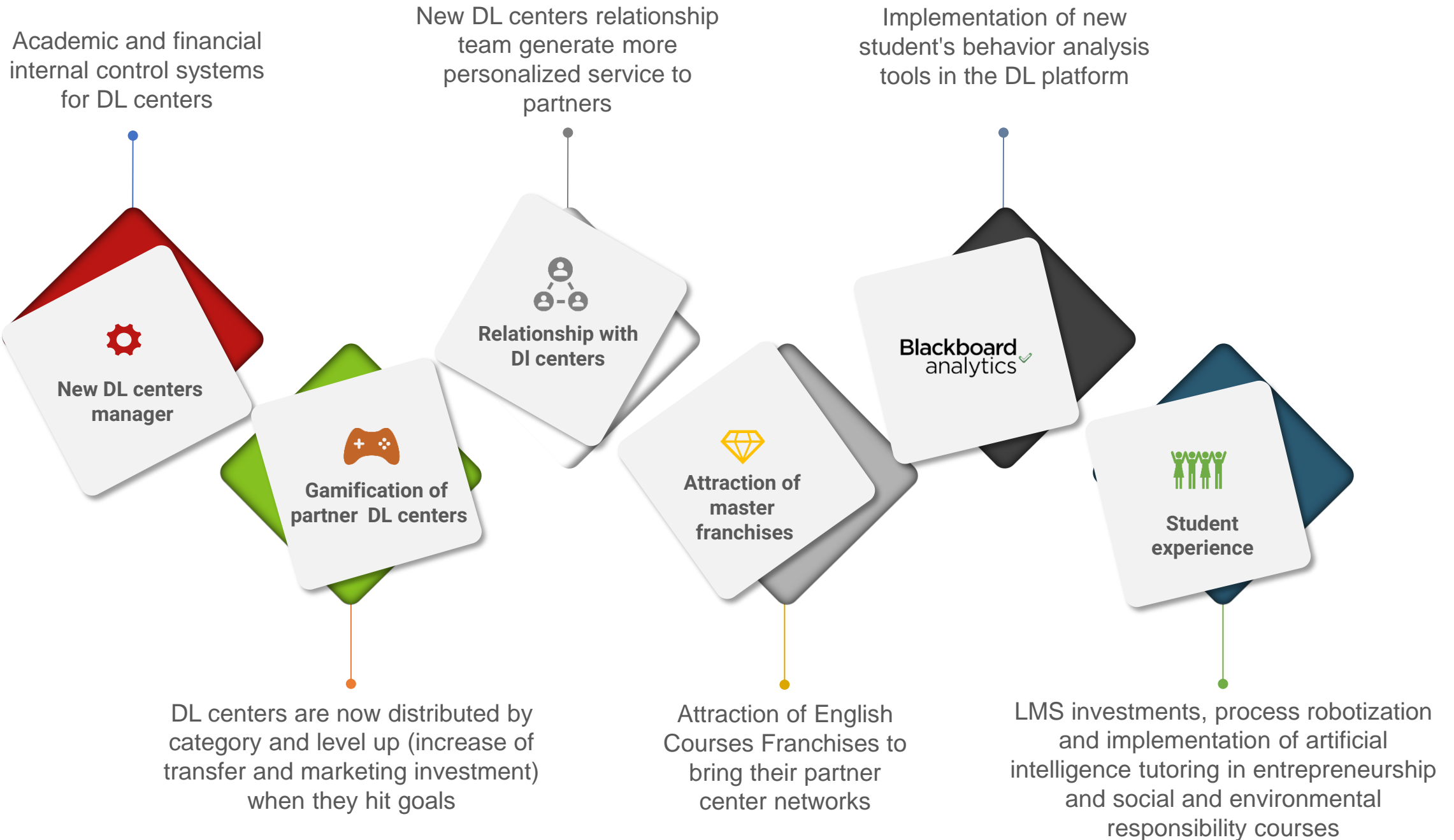
O PROCESSO EMPREENDEDOR

ANÁLISE DO MERCADO

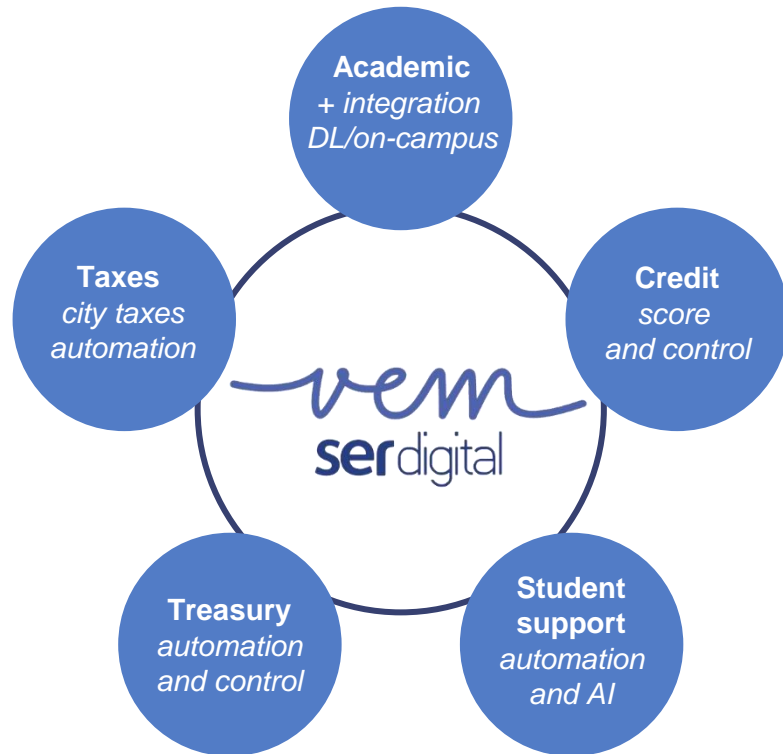
Free Office 365 for students and teachers



Improvements to DL management processes



Process robotization



- 30 process automation robots already completed
- +280 robots in the programming pipeline

Campus 2.0

- DL/ On campus integration maximize and optimizes courses offerings and asset utilization



- Retrofitting existing units to concepts desired by young people
- New units launched with more on campus courses and preferably within or near by shopping centers
- Potential maximizing asset utilization and marketing efficiency

Teacher training for active methodologies

- Active methodologies using classroom applications which bring DL even closer to on campus teaching



- State-of-art technology in application and control of active technologies



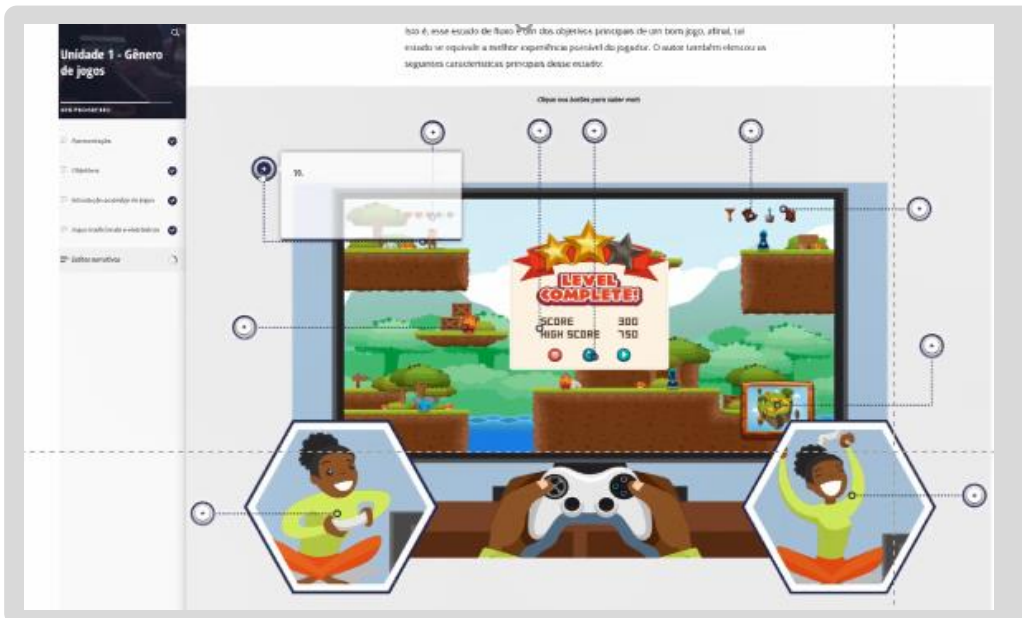
- Rollout started from 2019.1



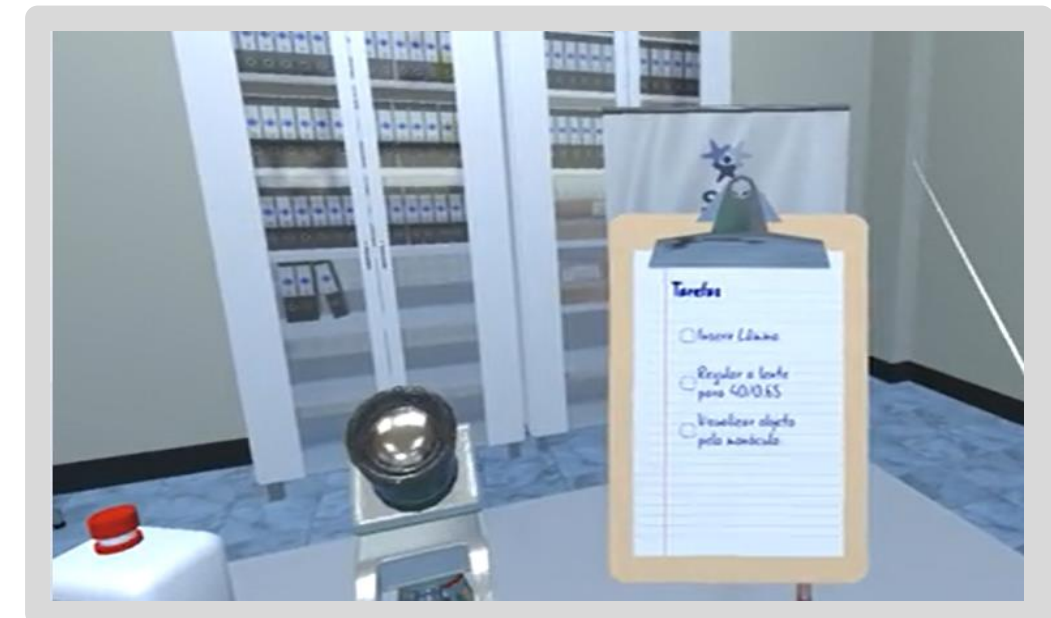
New video lessons with chroma key interactions



Multiplatform: interactive content can be turned into static or multi-screen



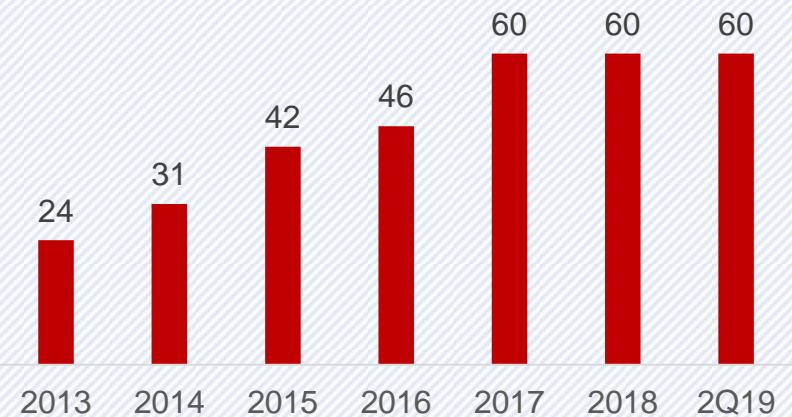
More interactive and gamified learning trails



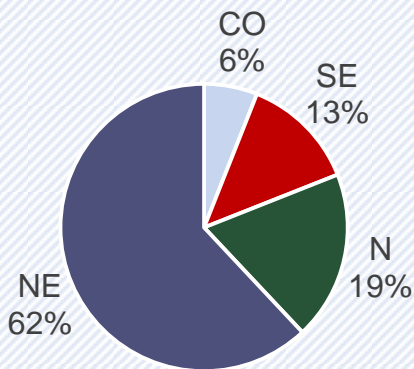
New generation of virtual labs for computers , tablets and VR glasses

Organic on campus growth

Units in operation



Units opened in the last 36 months by region



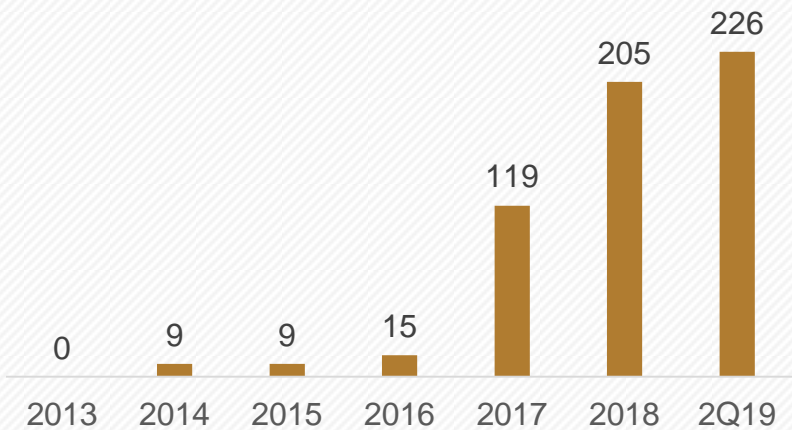
Accreditation status of new units

Accreditation status obtained	Total
New accreditations in operation (last 3 years_)	14
Accreditation obtained and not yet launched	35
Total accreditations obtained since the IPO	71

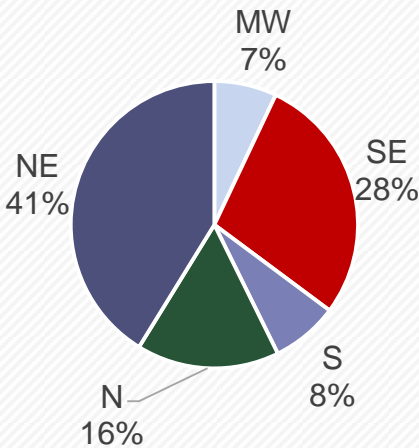
- New regulation of autonomy for universities, colleges and universities

Organic distance learning growth

DL centers in operation



DL centers opened in the last 36 months by region



Status of DL accredited University Centers

Units	CI DL*	Authorized DLCs/year
UNINASSAU Recife	4	150
UNINASSAU Maceió	4	150
UNIVERITAS/UNG Guarulhos	5	250
UNAMA Belém	5	250
Total DL centers authorized per year		800

*CI = Institutional concept

Significant growth through acquisitions

Year	City	Region	Value R\$ MM	Students ('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

Current focus on acquisitions



Recognized regional brands



Students base in health and engineer courses



Universities or University Centers



Positive quality concepts

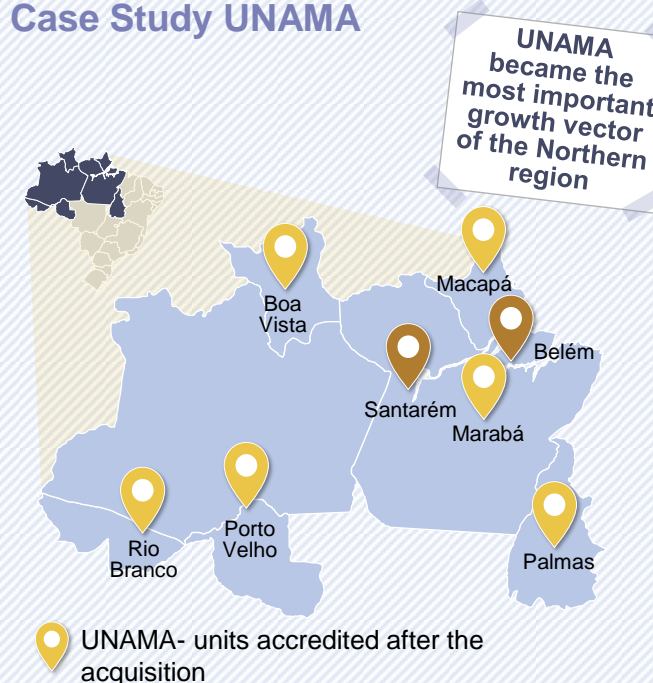


Strategic geographical location



double turnaround potential

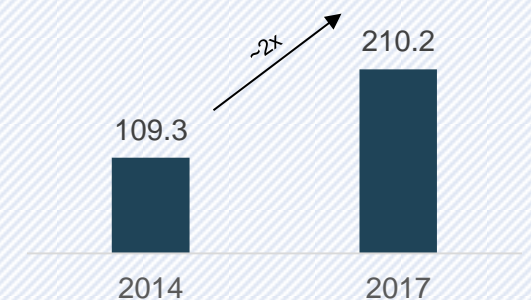
Case Study UNAMA



Double Turnaround Case

- Expansion of student base and net revenue
- EBITDA margin growth
- Use of the regional brand for new units and DL expansion

Net revenue R\$MM



UNINORTE: Strengthening in the regions of origin of Ser Educacional and opportunity to a *double turnaround*



Ser Educacional that already holds the most recognized brand in the Northeast, it now holds the most recognized brands in the North and leadership in the two largest cities in the region in number of students

Strategic rational of the transaction

- 1

Strengthening the market position of Ser Educacional in North Region and take the lead in the largest city in the district

- North Region has the second lowest penetration of higher education in Brazil
- 2

Uninorte is the market leader in Manaus with a solid brand reputation

- model aligned with the strategy of the Ser Educacional in their key markets
- 3

Opportunity for “double turnaround”

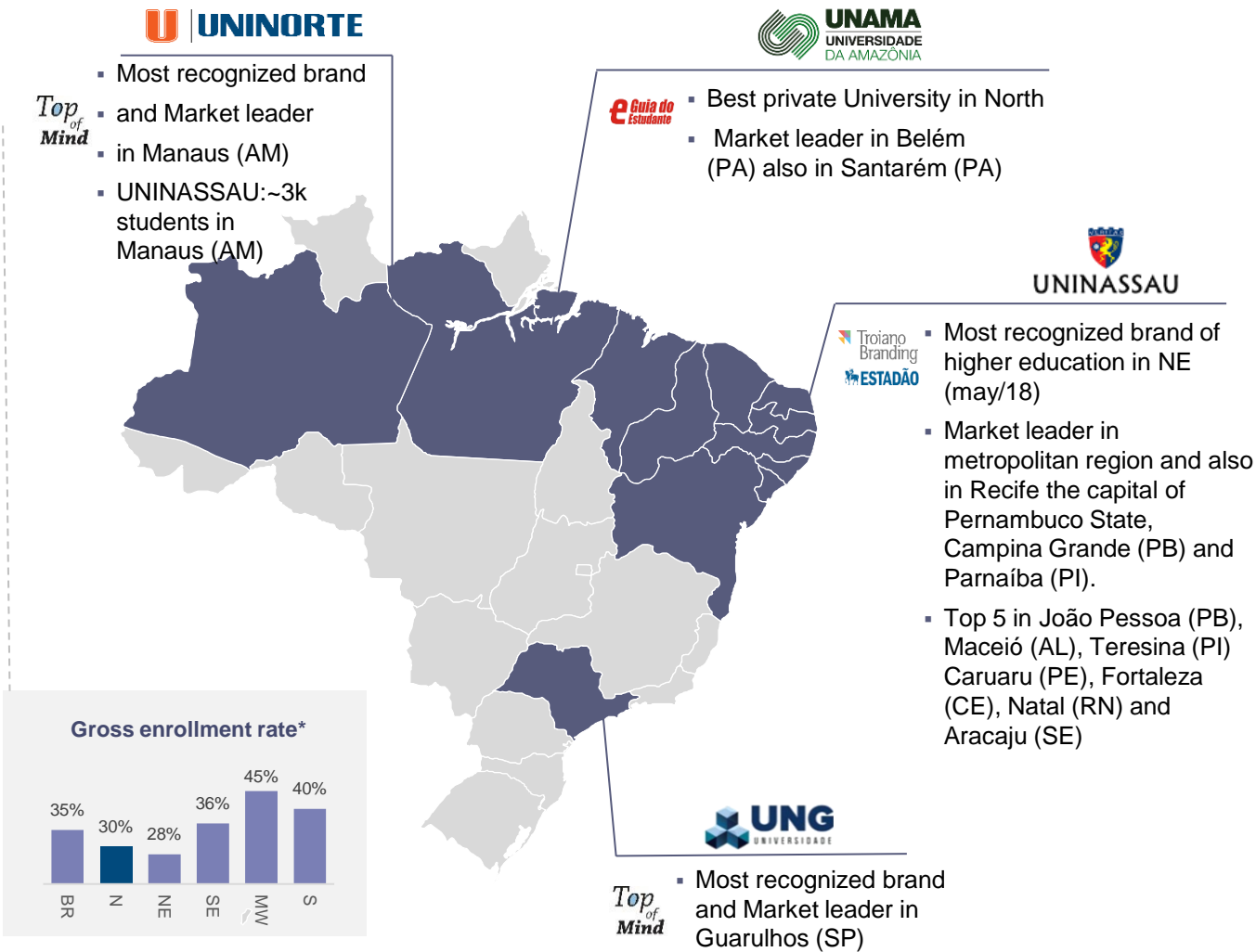
- Generation of operational synergies

- Potential for revenue growth through the launch of new on campus and DL units 100% online and premium
- 4

Ser Educacional will continue with solid post-transaction financial position
- 5

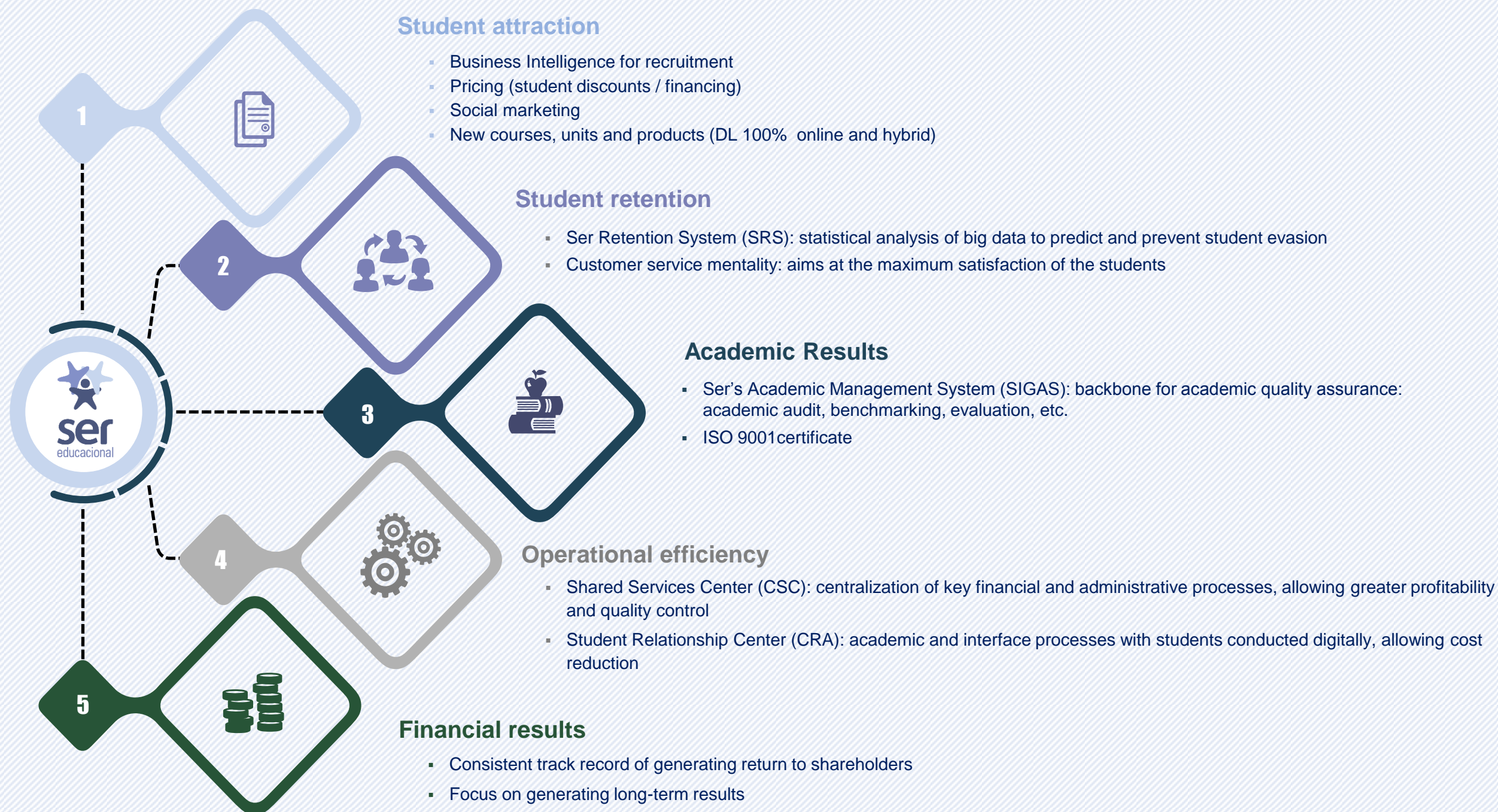
Ser Educacional has a solid track record in integrations process, with more than 20 transactions including UNAMA e UNG

Strategic position differentiated in its regions of performance



* Percentage of enrollments in Higher Education in relation to the population aged 18 to 24. Source : Observatório PNE www.observatoriopne.org.br - 2015

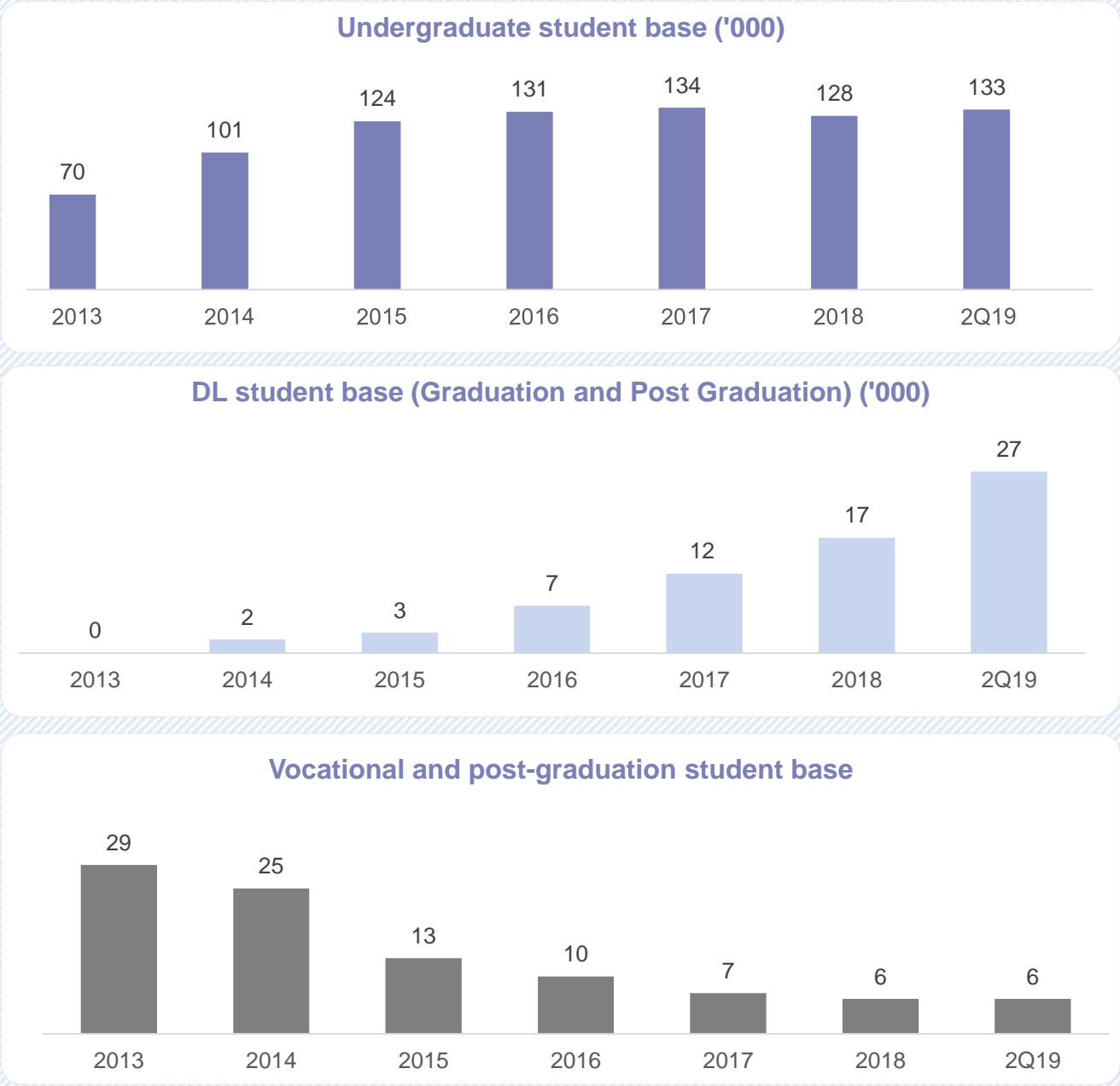
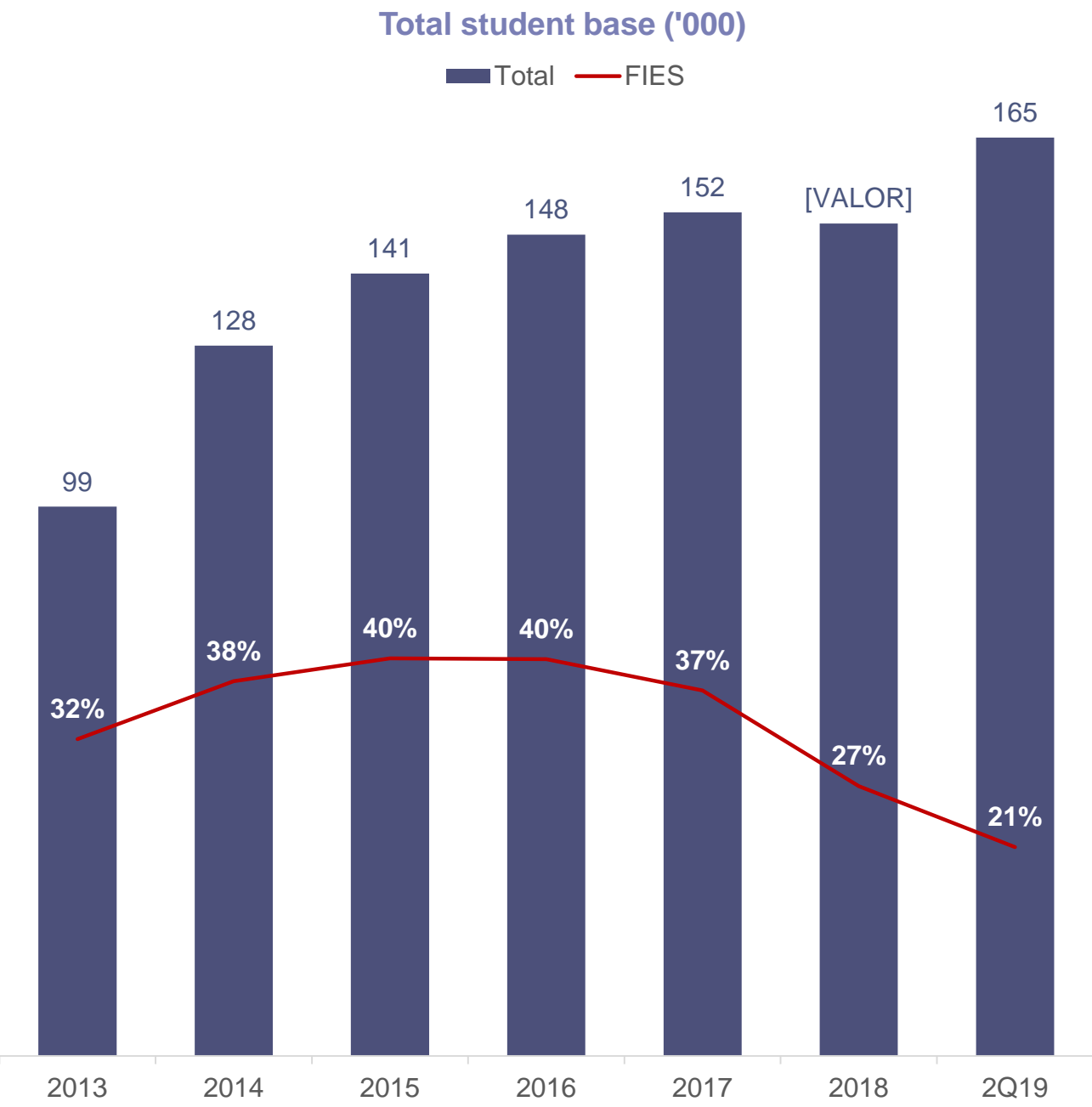
Focus on standardization, monitoring and control of processes that lead to greater scalability and profitability



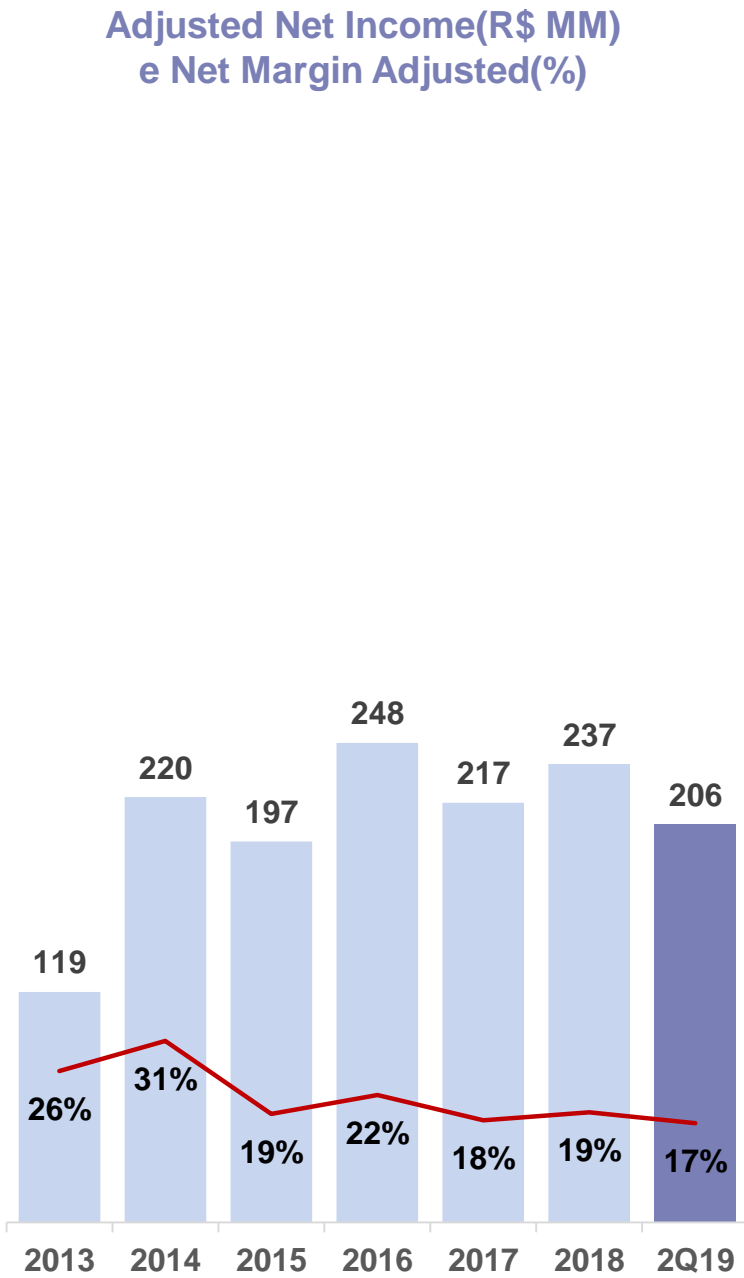
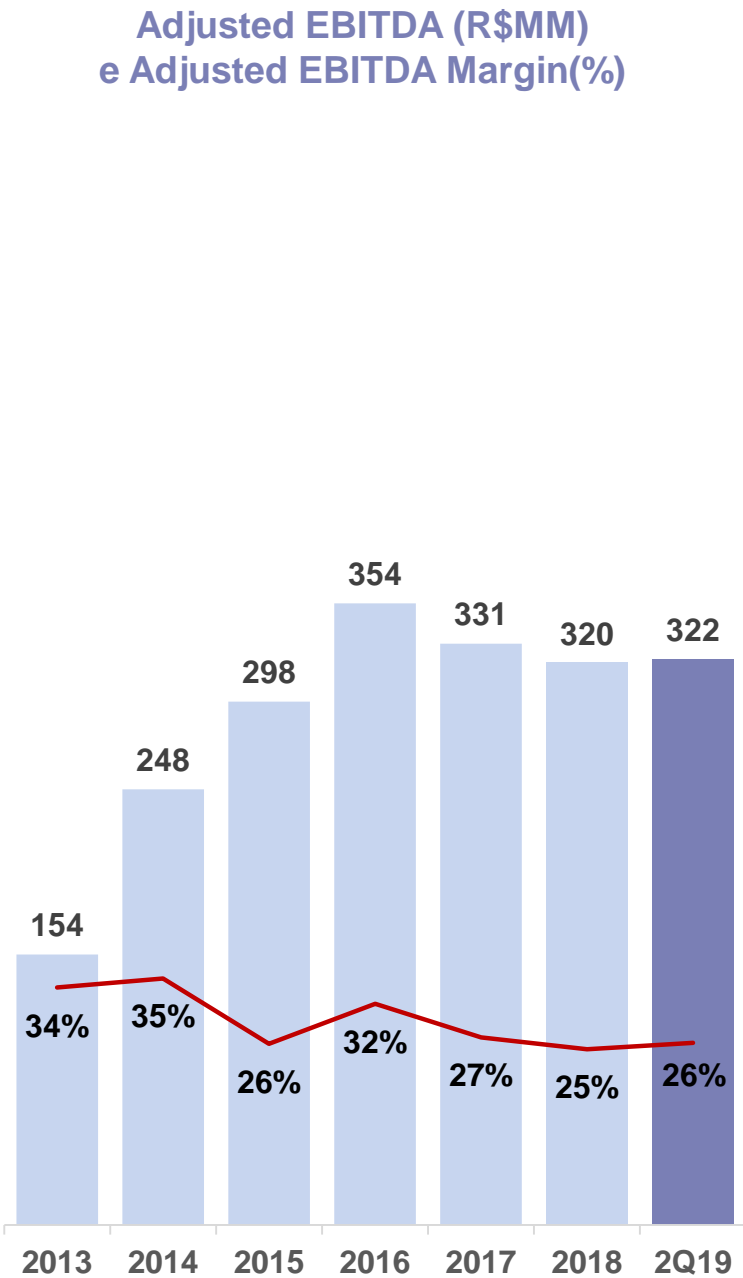
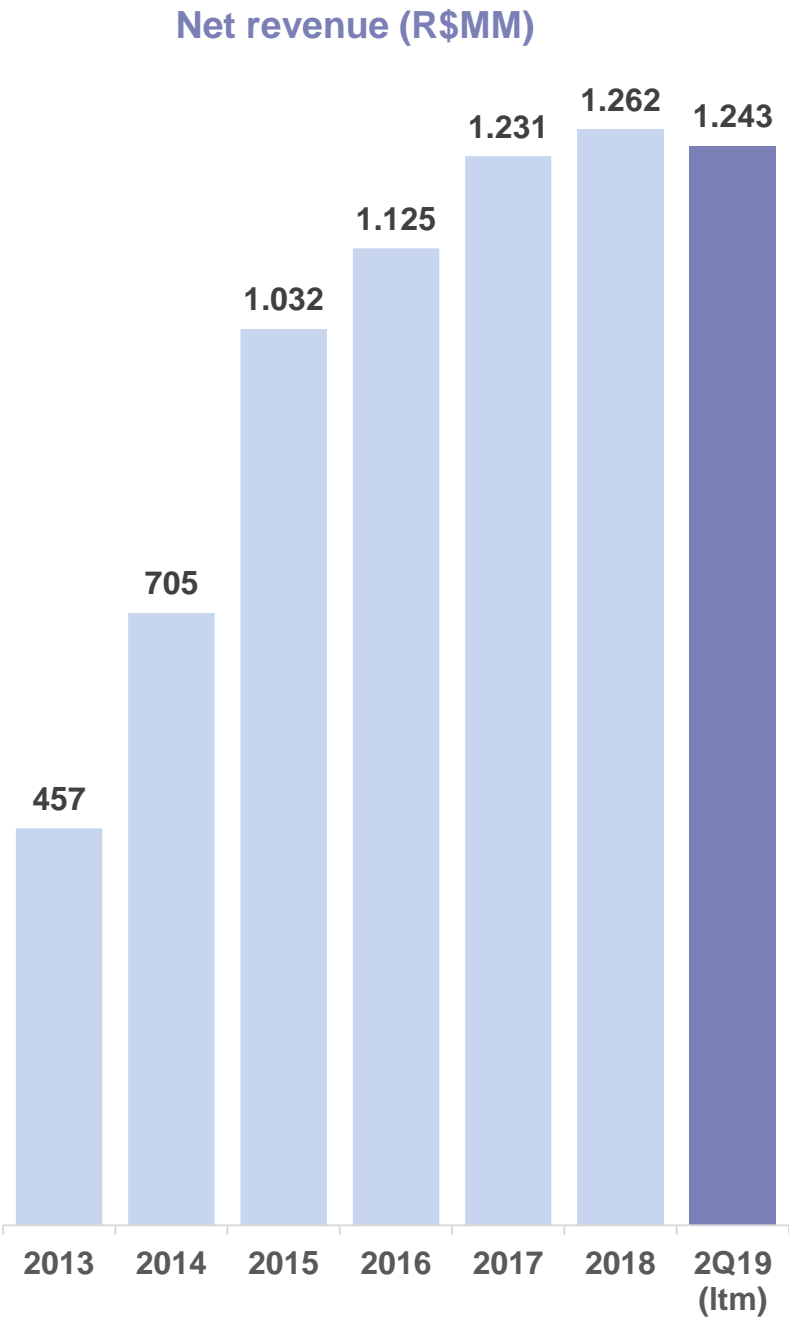


Operational and Financial
results
September
/19

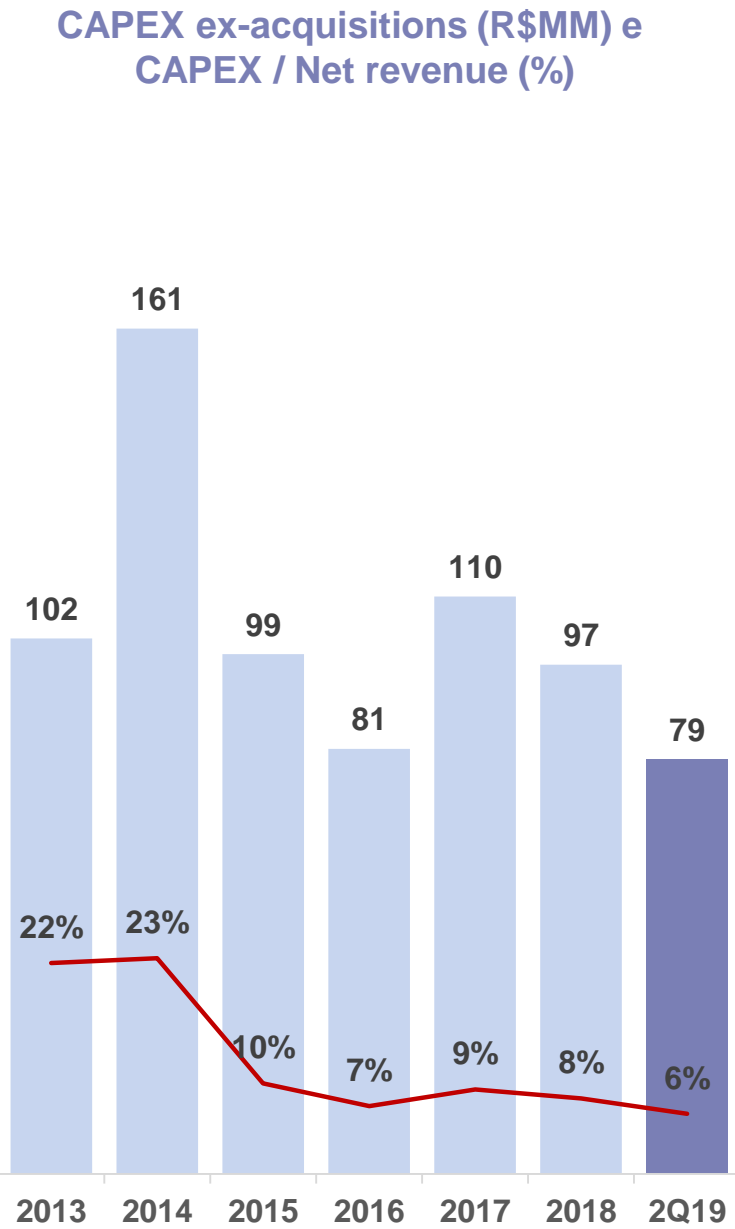
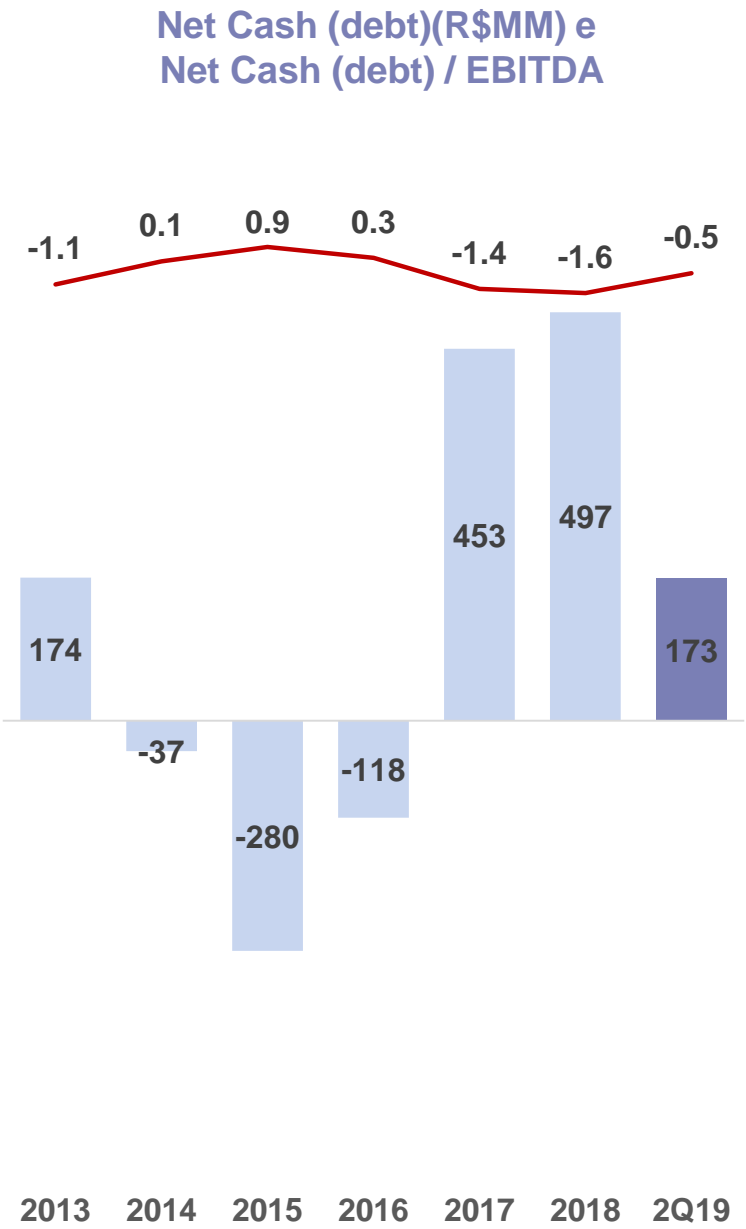
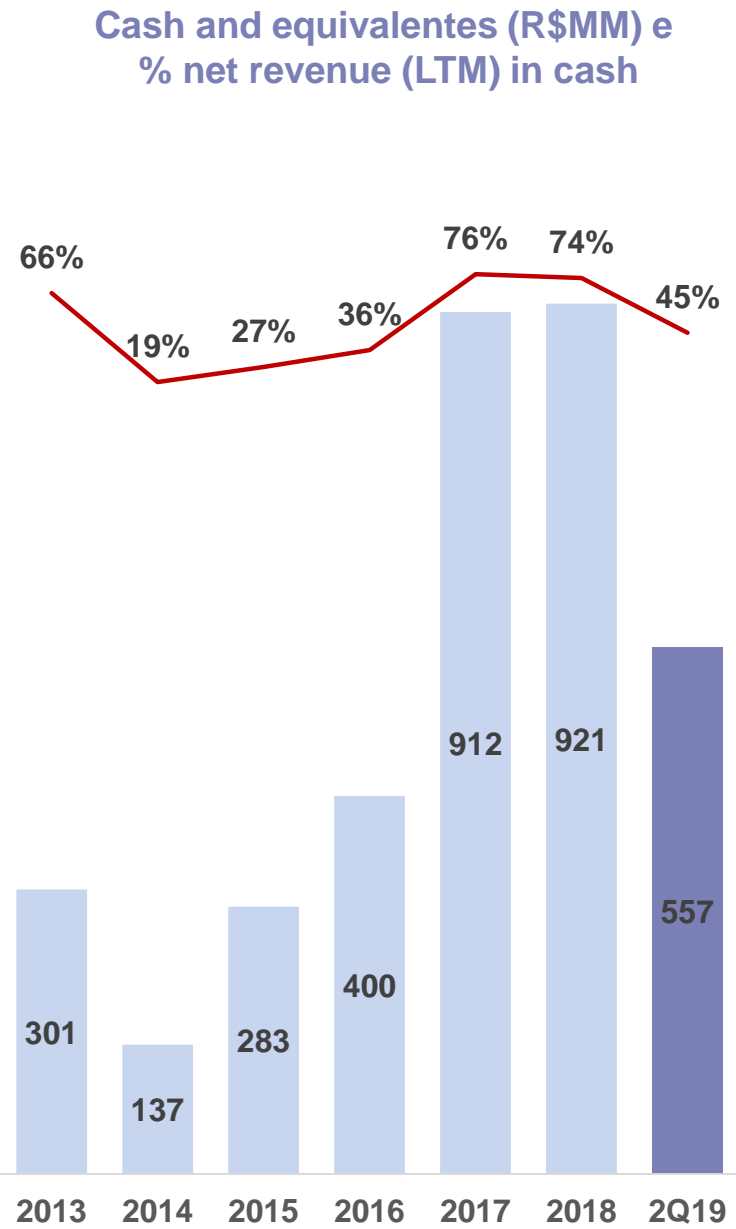
Student base evolution



Financial performance



Net debt, cash position and capital expenditures



Fitch Ratings 2017 / 2018: AA-(bra); stable perspective

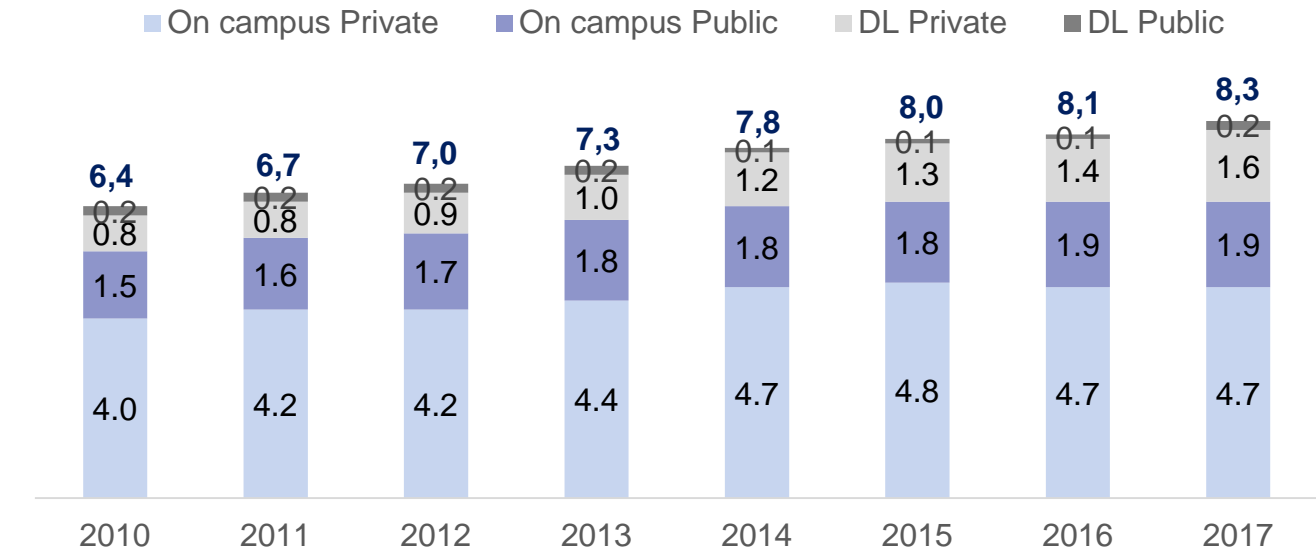


ser
educacional
gente criando o futuro

Attachment

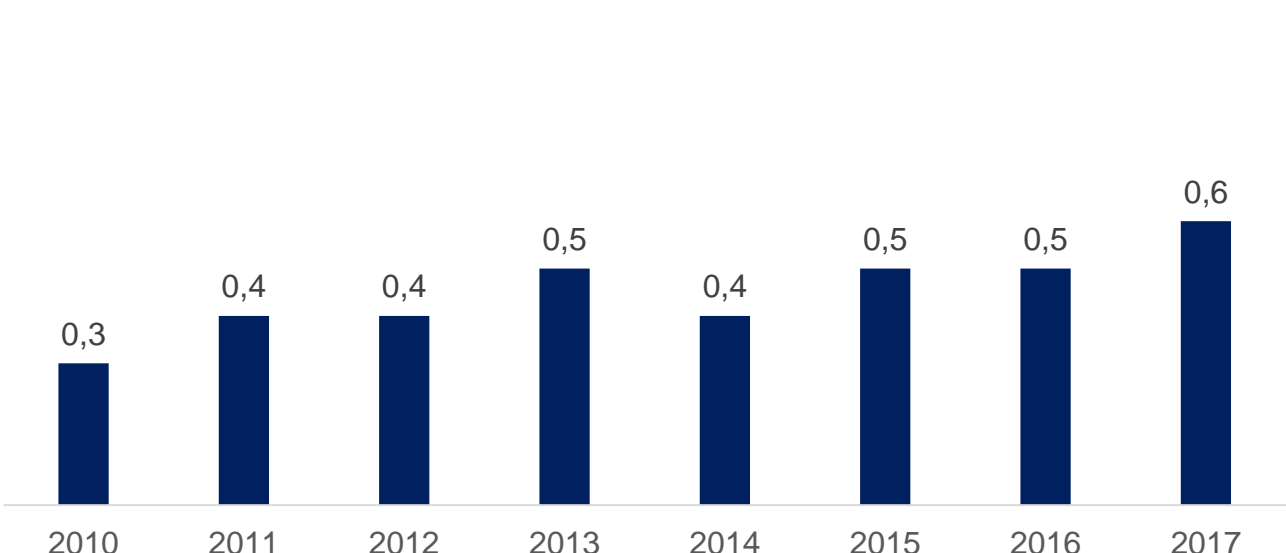
Brazilian Scenario – Student Profile

Undergraduation student base evolution in 2017 (mm students)



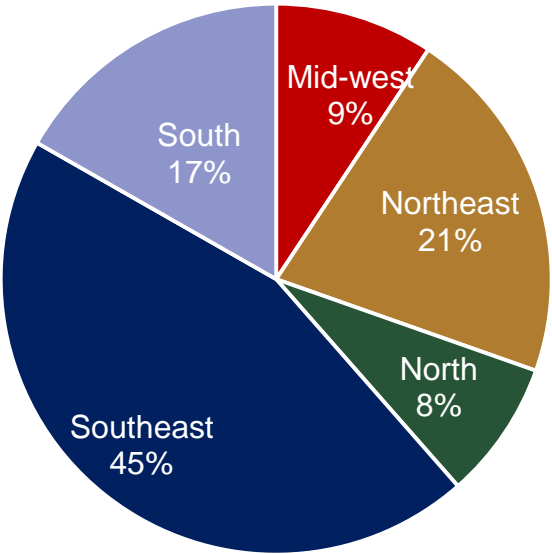
Source: INEP

PROUNI student base evolution (mm student)



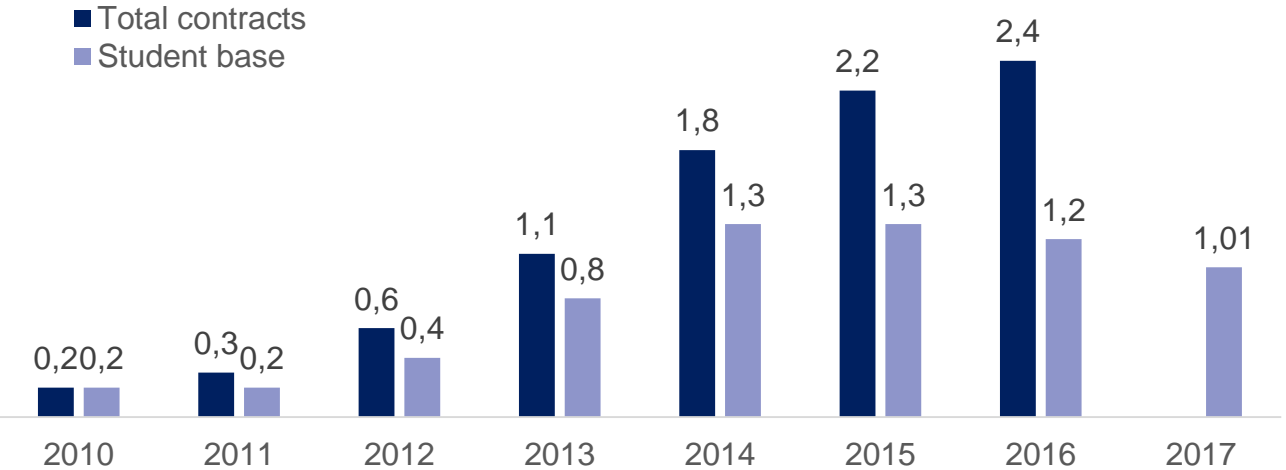
Source: INEP

Student per region in 2017 (mm student % of total)



Source: INEP

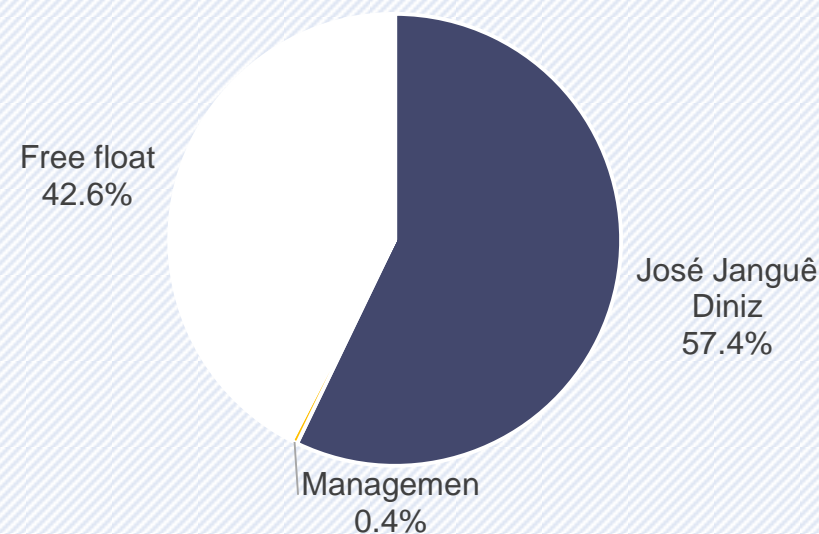
Current FIES contracts base evolution



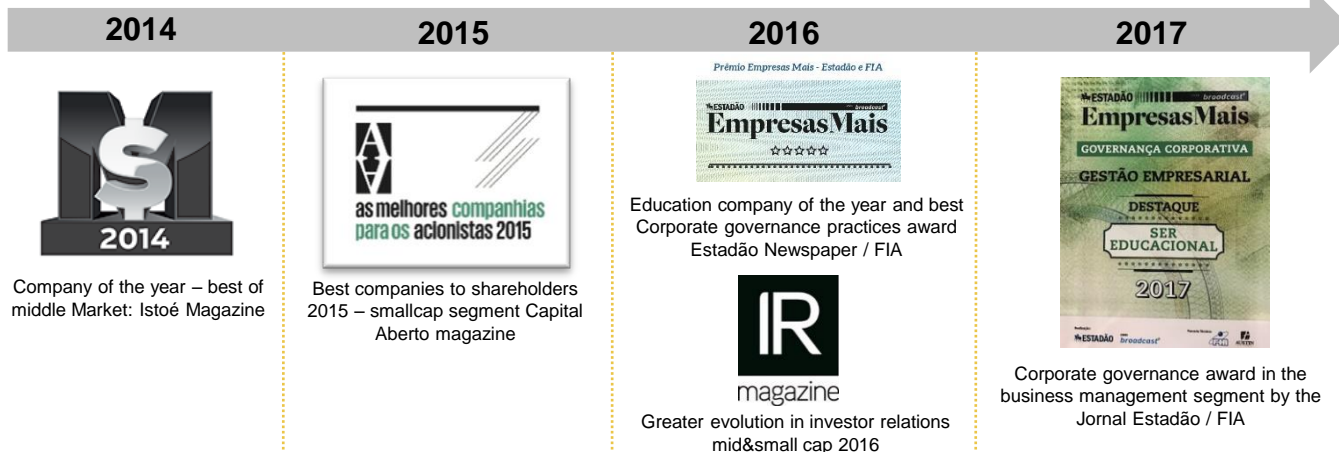
Source: INEP

Corporate governance well recognized by the market

August/2019 shareholders position



Market recognition



Board of Directors, Fiscal Council and Management

Board of Directors

José Janguê Bezerra Diniz
Chairman

Herbert Steinberg
Co-chairman / independent member

Jânio Diniz
CEO e member of the board

Flávio Luz
Independent board member of the board

Francisco Barreto
Member of the board

Sidney Levy
Independent board member of the board

Fiscal Council

Reginaldo Ferreira Alexandre
Chairman and member elected by the minority shareholders

Nazareno Habib Bichara
Member of the Fiscal Council

Fernando Ramos dos Santos
Member of the Fiscal Council

HR and Governance Committee

Herbert Steinberg
Independent member of the board

Jânio Janguê Bezerra Diniz
CEO e member of the board

Management

Jânio Diniz
CEO

João Aguiar
CFO

Adriano Azevedo
COO

Simone Bérnago
Academic Director

Rodrigo Alves
IRO

Finance Committee

Flávio Luz
Independent member of the board

Francisco Barreto
Board member of the board

João Aguiar
CFO

Rodrigo Alves
IRO

- **EBITDA** : Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.. It is a way of measuring the financial health of a company by taking into account only what the company can generate from revenue, without taking into account the financial effects or the tax abatement of any nature.
- **IGC**: Unit-based assessment, performed by MEC to evaluate quality of the programs offered.
- **CPC**: Program-level, performed by Ministry of education (MEC)
- **FIES** : Is a program of Ministry of Education (MEC) which finances courses in private sector , helping students to enter in college
- **Ex-FIES**: students that pay tuitions out of pockets
- **IBGE**: Brazilian Institute of Geography and Statistics, is the main provider of data and information in the country.
- **INEP**: National Institute of Educational Study and Research. Its mission is to subsidize the formulation of educational policies of the different levels of government in order to contribute to the economic and social development of the country.
- **CI**: Institutional Concept, at each evaluation cycle, the educational institution is evaluated on the spot, it is composed of self-assessment or internal evaluation (coordinated by each institution's own evaluation committee) and by the external evaluation carried out by the committees designated by Inep
- **CAGR (Compound Annual Growth Rate)**: is an average growth rate for several years. It is a geometric mean of annual growth rates
- **ISO9001**: Standard that certifies the Quality Management Systems and defines the requirements for the implementation of the system. This document has standardization tools, it is a safe model for the implementation of Quality Management.
- **PDCA (Plan Do Check Act)** : is an interactive four-step management method used for the continuous control and improvement of processes and products
- **PROUNI** : Program University for All made by MEC, which grants scholarships in private institutions of higher education, in undergraduate and sequential courses of specific training, to Brazilian students without a diploma of higher level.
- **Collegiate Test**: Student evaluation model prepared by the Company, made jointly by the teachers and finalized by a group of validating teachers.

Disclaimer

This material reflects management's expectations and may contain estimates related to future events. Any information, data, forecasts or future plans herein refer to estimates, and therefore cannot be taken as concrete evidence or a promise to the market. Ser Educacional is not responsible for investment operations or decisions taken based on the information herein. These estimates are subject to change without prior notice.

This material has been prepared by Ser Educacional S.A. ("Ser Educacional" or the "Company") in accordance with the highest national and international standards and includes certain forward-looking statements that are primarily based on Ser Educacional's current expectations and projections of future events and financial trends that currently affect or may affect the Company's business, and therefore they are not guarantees of future performance. They are based on management's expectations and involve a number of risks and uncertainties that could lead the Company's financial situation and operating results to differ materially from those expressed in said forward-looking statements. Ser Educacional assumes no obligation to publicly update or revise any forward-looking statements.

This material is disclosed solely for information purposes and should not be construed as a request or an offer to buy or sell any shares or related financial instruments. Accordingly, this presentation is not a recommendation of investment and should not be considered as such. It is not related to the specific investment objectives, financial situation or particular needs of any recipient, neither does it make a statement or provide a guarantee, either expressly or implicitly, related to the accuracy, completeness or reliability of the information herein. This presentation should not be regarded as a substitute to the recipients' judgment. Any opinion expressed herein is subject to change without prior notice and Ser Educacional does not assume the obligation to update or revise them.



ser
educacional

FORMAÇÃO DE QUALIDADE PARA VOCÊ VENCER

QUALITY EDUCATION FOR YOU TO WIN

CONTACTS:

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

Phone: +55 (11) 2769-3223

E-mail: ri@sereducacional.com

Website: www.sereducacional.com/ir

