

Operadora:

Bom dia, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Estácio Participações para discussão dos resultados referentes ao 1º trimestre de 2015.

O áudio e os slides estão sendo transmitidos simultaneamente pela Internet no site de RI da Companhia: www.estacioparticipacoes.com.br/ri.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a áudio-conferência durante a apresentação e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

Esta áudio-conferência pode conter algumas previsões acerca de eventos futuros, que estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado. Estas previsões emitem a opinião unicamente na data em que são feitas e a Companhia não se obriga a atualizá-las à luz de novas informações ou de seus desdobramentos futuros.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Rogério Melzi, CEO da Estácio. Por favor, Sr. Rogério, pode prosseguir.

Rogério Melzi:

Muito obrigado. Bom dia a todos.

Bem vindos à teleconferência sobre nossos resultados do 1º trimestre de 2015.

Ao meu lado está o nosso CFO, Virgílio Gibbon, que vai me ajudar com a apresentação, e também a nossa equipe de RI.

Lembro ainda que, ao final, vamos abrir para perguntas e respostas.

Começando pelo slide número dois da nossa apresentação, que também está disponível em nosso website.

Nos últimos anos mostramos essa representação gráfica da história em dezenas de ocasiões, tanto no nosso ambiente interno como em interações com o mundo externo. Sempre destacamos que passamos por uma fase longa na nossa história, desde a nossa fundação em 1970 até a chegada do Private Equity GP, em 2008, e depois tivemos uma segunda fase caracterizada por um profundo turnaround comandado pela GP, quando tivemos a disciplina de manter a nossa companhia em um patamar quase estável em termos de tamanho e complexidade, para podermos construir uma série de fundamentos que atualmente sustentam a nossa empresa.

A partir de 2011, entretanto, iniciamos uma fase de crescimento sustentável que coincidiu com uma série de fatores externos positivos, como pode ser visto quando lemos os bullets na caixa que representa esse período na nossa história. Nunca deixamos de creditar parte da nossa evolução a esses fatores externos, mas também nunca concordamos com a visão de que eram eles que dirigiam o nosso sucesso.

Uma leitura mais aprofundada na 4ª caixa, a que trata do “futuro incerto”, deixa claro que sempre tivemos dúvidas com relação à manutenção desse cenário favorável, com um ponto de interrogação bem diante da palavra “FIES”.

Nossa lógica para isso é que do mesmo modo que não faria sentido procurar adotar um ritmo de crescimento que não nos permitisse trabalhar a evolução das variáveis não financeiras como qualidade acadêmica, satisfação de alunos e controle de processos, nós não poderíamos confiar a nossa estratégia a fatores que não estão sob o nosso controle, pois sabíamos que a qualquer momento o contexto poderia mudar.

Por isso adotamos uma estratégia diversas vezes taxada de conservadora por observadores menos ligados a uma visão de longo prazo. Tivemos menos aquisições bombásticas, menos manchetes de jornais, menos prêmios e reconhecimento, menos surpresas, menos FIES, menos Pronatec, mas ao mesmo tempo tivemos mais crescimento orgânico, mais padronização, mais cultura organizacional, mais diferenciais, mais controle de riscos, mais controle de processos, mais inovação, mais gente alinhada com os nossos princípios, mais resultados não financeiros, mais Marca, e por aí afora.

Assim, quando questionados se pretendemos mudar a nossa estratégia em função da “tempestade perfeita” que se formou sobre o setor de Educação desde o anúncio das primeiras mudanças do FIES, a nossa resposta é “não, não pretendemos”. Acreditamos fielmente que se precisássemos mesmo mudar a nossa estratégia, talvez nós efetivamente não tivéssemos uma estratégia.

No slide três, então, queremos falar um pouco mais sobre a Estratégia adotada pela Estácio.

Em outras ocasiões nós também utilizamos como referência o autor Jim Collins, estudioso de Administração que costuma comparar empresas bem sucedidas com pares que em algum momento tiveram performance melhor e chamaram mais atenção do que as empresas vencedoras, as quais Collins trata por “Empresas 10x”.

Para ilustrar seus pontos de vista no livro “Vencedoras por Opção”, o autor utiliza diversos eventos de fora do ambiente dos negócios. Talvez o exemplo utilizado com mais ênfase seja o dos exploradores Roald Amundsen e Robert Scott, que no início do século XX tentaram, quase que simultaneamente, ser o primeiro homem a atingir o Extremo Sul do Planeta. O norueguês Amundsen acabou sendo o vencedor dessa disputa, e juntamente com a sua equipe atingiu o objetivo 34 dias antes do rival. Enquanto Amundsen retornava para a sua base para celebrar a sua conquista, com todos os membros de sua equipe a salvo, Scott e seu time não chegaram ao final da jornada e pereceram vítimas das condições inóspitas verificadas durante a expedição.

Segundo Collins, há vários fatores que distinguem os dois grupos, mas 3 são os principais:

1. O nível extremo de planejamento adotado por Amundsen, que estudou e se preparou exaustivamente para o processo;
2. Uma disciplina militar praticada pelo norueguês, que tinha como uma das características a adoção de um ritmo constante para o avanço diário, não abusando nos dias bons para cobrir um território maior, guardando energia para seguir marchando durante os dias de tempo ruim, e assim mantendo a sua marcha mesmo em tempos adversos, e
3. Uma obsessão total, beirando a paranoia, com relação às coisas que poderiam dar errado durante a expedição – e que potencialmente poderiam custar a vida do seu grupo todo.

A frase na parte de baixo do slide sintetiza de modo perfeito a opinião de Collins a respeito dos chamados “líderes 10x”, que jamais confiam a sua sorte àquilo que não podem controlar. Nesse contexto, qualquer semelhança com o nosso recente caso do FIES, NÃO pode ser considerada mera coincidência.

Essa é a estratégia da Estácio: primeiro, muito planejamento, sempre de olho no longo prazo. Segundo, uma enorme disciplina, com muita gestão, para seguir os passos determinados com método e paciência, sem procurar atalhos nem se deixar tentar pelas oportunidades que insistem em aparecer. E terceiro,

uma grande obsessão com relação ao que pode falhar, ao que pode dar errado, ao que não depende de nós.

Os resultados dessa estratégia podem ser vistos nos próximos slides.

Começando pelo slide quatro, onde podemos ver o nosso crescimento. São treze trimestres seguidos de crescimento de EBITDA e aumento de margem de modo consistente, sem sobressaltos, surpresas, ou atalhos. Recordes e recordes seguidos de captação, tanto no presencial como no EAD, com característica majoritariamente orgânica, e mais recentemente reforçado por uma série de pequenas e médias aquisições que aos poucos, e com baixo nível de risco, vão incrementando o nosso crescimento.

Essa disciplina para o “crescimento”, combinando uma expansão orgânica com uma expansão via aquisições, nos trouxe ao mapa apresentado no slide cinco, onde é possível ver a evolução da cobertura da empresa praticamente pelo nosso país todo. Chama a atenção também a evolução dos nossos números financeiros e operacionais apresentados no slide, pois tal evolução ocorreu em um espaço de apenas cinco anos.

Em paralelo, seguimos acrescentando capacidade à nossa Empresa, como pode ser visto no slide de número seis. Apenas nesses últimos seis meses, foram inaugurados seis novos campi, nas praças de Belo Horizonte, Recife, São Paulo, Salvador (um novo campus e uma ampliação), e Fortaleza, onde fomos para o nosso 4º prédio.

Vale ressaltar que esse processo de expansão orgânica, além de aumentar a nossa capacidade e permitir um crescimento saudável, nos ajuda a gradativamente reposicionar a nossa marca, uma vez que as novas unidades são construídas dentro dos modernos parâmetros utilizados pela Estácio, já levando em conta todas as nossas diretrizes de infraestrutura, lay-out, tecnologia e nível de serviços.

Também seguimos com total disciplina na nossa proposta de crescimento não orgânico, como podemos ver no slide sete, com aquisições comprovadamente acertadas e se tornado muito importantes para o processo de crescimento da Estácio.

É interessante destacar que a própria Estácio, a partir da chegada da GP em 2008, pode ser vista como um processo de aquisição, integração, padronização, centralização, expansão, crescimento, e ganho de margem. Tivemos que passar por esse processo em todas as nossas Unidades e, agora, com a empresa devidamente organizada e com a curva de aprendizagem já em estágio avançado, estamos prontos para seguir realizando aquisições e integrando ativos dentro de certo ritmo, o que significa basicamente repetir no longo prazo o que foi feito até aqui.

Nesses últimos meses, concluímos excelentes aquisições para a Estácio, através da UniSEB, da IESAM (em Belém), da Literatus (em Manaus) e da CEUT (em Teresina) e pretendemos seguir com a mesma disciplina nos próximos anos.

Alinhado ao nosso planejamento de longo prazo, que foi revisto em 2012, seguimos firmes também na expansão da nossa área de Educação Continuada (Educon), como podemos observar no slide de número oito.

A nova área apresentou uma Receita Líquida 284% maior que no mesmo período do ano passado, passando de R\$13,9 milhões no 1T14 para R\$53,4 milhões no 1T15. Também podemos notar a evolução do EBITDA, que cresceu +5000%, atingindo R\$17,9 milhões no 1T1.

A Educon é responsável pela Nova Pós, que apresentou um crescimento orgânico de 141% em sua base de alunos, impulsionada pela novo processo de captação de alunos através da Central de Captação e pela nova “Rede-Pós”, que amplia a nossa distribuição através dos nossos parceiros. Também merece ser

destacada a parceria com a Harvard Business Publishing, que é um grande diferencial da nossa pós-graduação.

Outra responsabilidade da Educon é a Academia do Concurso, que continua seu processo de crescimento através da entrada no segmento de EAD e também através da abertura de unidades em outros estados do país.

Podemos destacar também, o segmento de Cursos Livres, que através do portal “Você Aprende Mais” oferece um amplo portfólio em diversas áreas de conhecimento e um dos destaques é o PROAB (curso preparatório para a prova de proficiência do Exame da Ordem dos Advogados do Brasil) que possui portal próprio e que opera como centro de convergência de tudo o que ocorre no Exame da Ordem.

Já a área de Soluções Corporativas, desenvolve soluções de educação, customizadas para empresas públicas e privadas, de grande porte, com atuação nacional. Nos últimos meses conquistamos importantes novos clientes, como Natura, Deloitte e SEBRAE.

Nos Cursos Técnicos, com destaque para o Pronatec, atingimos 17,5 mil alunos, na modalidade Bolsa-Formação, neste primeiro trimestre de 2015. O Pronatec é uma oportunidade para melhorar a ocupação dos nossos campi em períodos de maior ociosidade e fortalecer a marca Estácio junto ao público do ensino médio interessando em seguir a carreira técnica. Além disso, acreditamos que os alunos do Pronatec poderão, em um futuro próximo, se tornar alunos dos nossos cursos regulares de graduação no nível superior.

E, enquanto crescíamos nas mais diversas frentes, seguimos com total disciplina na construção dos nossos diferenciais, como podemos ver no slide de número nove, em linha com o que temos comunicado insistentemente nas nossas interações com o Mercado.

São várias iniciativas, entre as quais se destacam:

- O Projeto Branding, que reforçou nosso posicionamento Institucional através da nossa marca;
- O Espaço NAVE, que entre outras coisas lançou o “Programa Startup NAVE”, uma Pré-Aceleradora de Startups criada com o intuito de fomentar o empreendedorismo entre nossos alunos e ex-alunos;
- A Universidade Corporativa, a EDUCARE, que já opera em bom ritmo, reunindo professores e administrativos e nos ajudando a preparar o “pipeline” de gente para o nosso futuro crescimento;
- O Programa Hospitalidade, que coloca o nosso aluno como a razão da nossa existência e nos permite prestar um serviço de qualidade para este público de total importância para a nossa Instituição;
- O Modelo Acadêmico, desenvolvido por 8 mil professores e extremamente inovador no nosso segmento de ensino superior; e também
- O Centro de Serviços Compartilhados, o CSC, que com 300 funcionários integra e padroniza todas as atividades de faturamento, contas a pagar, folha de pagamento, entre outras de todas as nossas unidades e do corporativo.

Alinhados também com as práticas mencionadas pelo autor Jim Collins, indicadas no início dessa apresentação, aqui na Estácio nós sempre tivemos enorme cuidado e atenção, para não falar obsessão, com relação às coisas que não estavam no nosso controle. Foi por isso que ao longo desses últimos anos, procuramos evitar nos apoiar demais em estratégias que não dependiam de nós, nem tampouco assumir riscos que poderiam gerar mais dificuldades em tempos mais árduos.

No slide de número dez, podemos ver claramente essa estratégia, quando falamos de uma exposição menor ao FIES e ao Pronatec, bem como quando mencionamos o cuidado enorme com a realização de aquisições de grande porte em detrimento ao equilíbrio financeiro da empresa, mesmo quando o cenário externo parecia emitir sinais favoráveis. Em outras palavras, uma constante obsessão com relação ao que pode mudar de uma hora para outra, colocando assim a sobrevivência e a sustentabilidade da empresa em jogo.

Tudo isso só tem valor, entretanto, se os resultados seguirem fortes mesmo em tempos mais adversos. Em outras palavras, somente se a empresa puder marchar as suas 20 milhas mesmo durante os períodos de tempestade, que são inevitáveis na jornada de qualquer empresa.

No slide número onze, podemos observar que esse parece ser o caso da Estácio.

No lado esquerdo do slide nós vemos os principais resultados financeiros verificados no primeiro trimestre de 2015, com destaque para a receita líquida, que cresceu 34,2% em relação ao 1º trimestre do ano anterior, e para o EBITDA, que atingiu R\$195,9 milhões, um crescimento de 51% em relação ao 1º trimestre do ano anterior, com uma expansão de margem da ordem de 3,1 p.p., absolutamente em linha com o ritmo de expansão que vinha sendo apresentado durante os tempos de bonança – e portanto também em linha com a nossa marcha das 20 milhas.

Em paralelo a isso, observando o lado direito do slide, é importante ressaltarmos a solidez financeira da Estácio, com uma posição absolutamente confortável e segura para lidar com esse período eventualmente mais difícil do segmento de Educação no Brasil.

Temos mais de R\$721 milhões em caixa, e, além disso, mantemos a nossa alavancagem em um nível baixo. Nossa dívida líquida é de R\$163,5 milhões, sendo que nossa dívida de curto prazo é de apenas R\$243,3 milhões. Temos um bom rating, endossado por ocasião da nossa última emissão de debentures. Além disso, estamos organizados internamente, com Padrões, Sistemas, Processos, Modelos, Gestão, Cultura, e não estamos envolvidos em nenhuma integração complexa. Assim, posso afirmar que estamos preparados para continuar a nossa marcha de maneira firme, segura, e constante, mesmo diante de um terreno mais difícil.

Agora, passo a palavra para o Virgílio, que vai dar mais detalhes sobre os nossos resultados deste trimestre de 2015.

Virgílio Gibbon:

Obrigado, Melzi. Bom dia a todos.

Para iniciar, gostaria de chamar a atenção para o slide número doze, onde falamos sobre o nosso desempenho operacional.

No primeiro gráfico, mostramos os números de base de alunos referente ao 1º trimestre de 2015. Fechamos o trimestre com 527,9 mil alunos, 33,8% acima do registrado no 1º trimestre de 2014. São 369,3 mil matriculados nos cursos presenciais e 101,9 mil nos cursos de ensino a distância, além dos 56,7 mil alunos oriundos das aquisições concluídas nos últimos 12 meses. No conceito same-shops, isto é, desconsiderando os alunos adquiridos de CEUT, UniSEB, IESAM e Literatus, apresentamos um sólido crescimento orgânico de 19,4%.

No gráfico ao lado, vemos que a receita operacional líquida aumentou 34,2% neste trimestre em relação ao mesmo período do ano anterior, para um total de R\$722,3 milhões, em função, sobretudo, do crescimento da nossa base de alunos e da integração das instituições adquiridas. No conceito same shops,

desconsiderando as aquisições concluídas em 2014, a receita operacional líquida apresentou crescimento orgânico de 22,4%.

No 1T15, o ticket médio presencial cresceu 5,0%, pontualmente abaixo da inflação do período, em função basicamente do maior nível de bolsas e descontos utilizados na captação dado o cenário mais adverso com as limitações ao FIES enfrentadas pelos nossos alunos e candidatos. Esperamos que já no 2T15 possamos ver um aumento de ticket médio mais próximo da inflação.

Por sua vez, o ticket médio EAD, desconsiderando a UniSEB (uma vez que a política de preços é diferente, em função dos repasses para os parceiros) e a pós-graduação em parcerias, teve uma redução de 3,7% no 1T15, com efeito potencial das promoções adotadas para a campanha de captação de 2015.1, bem como pelo crescimento do programas “EAD Mais”, cujo ticket é menor do que o EAD tradicional.

Indo para o slide número treze, gostaria de falar um pouco mais sobre o nosso Projeto Retenção. Devido as mudanças atuais do FIES, não podemos ignorar a luz amarela que acendeu no tema da evasão, que sem dúvida é o nosso maior desafio para o segundo semestre de 2015. Para tal, criamos duas frentes de trabalho: uma preventiva e uma corretiva.

Na frente preventiva focamos nos três pilares (Acadêmico, Financeiro e Qualidade).

Na parte Acadêmica, estamos com programas como:

- Aulas de reforço para as disciplinas que mais reprovam visando nivelar a performance dos alunos de primeiro período na fase de adaptação às exigências do Ensino Superior;
- Projeto “Professor Padrinho”;
- Análise de indicadores de performance dos alunos, que monitora o índice de faltas e desempenho acadêmico dos alunos, permitindo aos coordenadores a atuação imediata frente a alunos com possibilidade de evasão.

Na parte Financeira, os principais projetos e programas são:

- Acompanhamento dos alunos no processo de adesão ao FIES, com a oferta paralela de outros produtos financeiros como o “PraValer”;
- Régua de contato com alunos inadimplentes;

Na parte de Qualidade, monitoramos os índices de satisfação dos alunos nos sistemas de reclamações e entramos em contato com estes alunos para solucionar eventuais problemas que poderiam levar à evasão.

Na frente corretiva, criamos uma célula específica de retenção em todas as unidades da Estácio, separada da secretaria com um atendimento preferencial e personalizado. Incluímos na rotina de todo os nossos gestores a necessidade de participação nas entrevistas de trancamento, o que alavancou muito a nossa performance de reversão. Incutimos em nossos colaboradores a ideia de que cada aluno evadido representa uma falha em nossa missão enquanto IES. Podemos dizer que o fator Retenção é agora um dos fundamentos da Cultura Estácio.

Adicionalmente, estamos com uma iniciativa em andamento para o 2º semestre construindo um modelo preditivo para controle da evasão através do conceito de BIG DATA.

Passando agora para o slide número quatorze, vemos a análise vertical dos nossos Custos e Despesas Operacionais.

No 1T15, o custo caixa como percentual da receita líquida apresentou melhora de 2,0 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, como resultado principalmente do ganho de 1,8 p.p. na linha de “Pessoal e encargos”, refletindo nossa capacidade de utilizar o sistema de gestão, as comparações internas e externas, a melhoria contínua em processos como o planejamento de turma que resultam no ganho deficiência na gestão do custo docente. Além disso, o aumento gradual da participação do EAD no nosso mix de produtos segue contribuindo para o processo de expansão de margem.

A linha de despesas comerciais representou 7,5% da nossa receita operacional líquida, apresentando um ganho de 1,5 p.p. em virtude de uma melhora de 0,8 p.p. na linha de PDD, refletindo a eficiência crescente do nosso trabalho de cobrança desde o ano passado, e de 0,7 p.p. na linha de “Publicidade”.

As despesas gerais e administrativas, por sua vez, representaram 12,5% da receita líquida no 1T15, uma piora de 0,5 p.p. em relação ao 1T14, sobretudo em função do aumento de R\$8,5 milhões na linha de “Eventos Institucionais”, relacionado ao nosso patrocínio para os Jogos Olímpicos Rio 2016. No entanto, é importante frisar que há uma contrapartida na nossa receita (na linha de “Outras”), referente aos treinamentos que oferecemos aos voluntários que participarão do evento, de modo que o efeito é nulo em termos de resultado operacional (EBITDA), afetando apenas a margem do período. Excluindo o efeito da contabilização do patrocínio dos Jogos Olímpicos, as despesas gerais e administrativas teriam representado 11,5% da receita líquida, um ganho de 0,5 p.p. em relação ao 1T14.

Agora no slide quinze, vemos o crescimento do nosso EBITDA no trimestre que alcançou R\$195,9 milhões, um aumento de 51,4%, enquanto nossa margem EBITDA apresentou evolução de 3,1 p.p. em relação ao primeiro trimestre de 2014, alcançando 27,1% no trimestre, em função principalmente dos ganhos de eficiência obtidos no custos dos serviços prestados (em particular no custo docente) e em despesas comerciais (PDD e publicidade). No quadro ao lado direito, também podemos ver o nosso lucro líquido. No 1T15 nosso lucro líquido alcançou R\$130,6 milhões, 3,8% acima do registrado no 1T14.

No slide dezesseis mostramos as variações que ocorreram entre os trimestres.

Nesse 1T15, o lucro líquido foi afetado negativamente pela piora no resultado financeiro devido:

- Ao menor rendimento de aplicações financeiras, pelo saldo médio de caixa menor ao longo do 1T15;
- Ao aumento em juros e encargos financeiros, relacionado ao nosso maior nível de dívida e ao aumento da taxa SELIC no período; e
- Ao impacto de R\$2,5 milhões relacionado ao empréstimo em moeda estrangeira contratado em março. Este valor já considera os impactos da variação cambial da dívida e da marcação a mercado do swap. Vale ressaltar que a variação cambial esta 100% travada com o swap na liquidação da operação.

Cabe lembrar ainda do crédito fiscal que beneficiou o resultado financeiro do 1T14 em R\$16,6 milhões, relativos a créditos a recuperar de PIS, prejudicando o resultado do 1T15 na comparação com o mesmo período do ano anterior;

Também teve impacto no nosso lucro líquido, o aumento na linha de depreciação e amortização, devido:

- Ao acréscimo de cerca de R\$8,0 milhões, em função, principalmente, da amortização do ágio relacionado às aquisições concluídas em 2014 (sendo o mais relevante, o montante relativo à amortização do fundo de comércio pela aquisição da UniSEB);
- Ao impacto one-time referente ao gasto com desmobilização de imóveis de R\$2,5 milhões; e
- Ao aumento na amortização de novos Projetos de TI realizados ao longo de 2014.

Passando agora para o slide número dezessete, apresentamos o nosso Contas a Receber.

O nosso PMR ficou em 96 dias, ou seja, aumento de 12 dias em relação ao 1T14. Excluindo a receita líquida FIES e os recebíveis FIES do cálculo, nosso PMR ex-FIES ficou em 89 dias, um aumento de 2 dias em relação ao 1T14. Seguimos firmes com as nossas iniciativas de cobrança e combate à inadimplência ex-FIES, que já deram resultado em 2014. Centralizamos nossas células de cobranças e fizemos um grande retrofit na gestão das nossas assessorias de cobrança. Além disso, passamos a trabalhar a carteira de recebíveis antigos internamente, com bastante sucesso, ao mesmo tempo em que acompanhamos a evolução da arrecadação e do contas a receber semanalmente, com metas desdobradas por unidade. Finalmente, temos uma série de campanhas específicas, focando especialmente no pagamento à vista ou em cartão de crédito, na antecipação de mensalidades, além de termos uma comunicação específica para calouros, sabendo da sua maior propensão para inadimplência e posterior evasão. De fato, temos bons sinais na rubrica de arrecadação de modo que, mesmo em um cenário mais adverso, nossa relação entre arrecadação e recebíveis encontrava-se nos mesmos patamares do 1T14.

Como podem ver no slide dezoito, nossa rubrica de contas a receber FIES ficou em R\$325,9 milhões, um aumento de R\$176,2 milhões em relação ao 4T14, reflexo novo cronograma de repasse e recompra do FIES anunciado em dezembro e, principalmente, do atraso no repasse de certificados que estava previsto para fevereiro mas que só ocorreu em março, de modo que o saldo de certificados só pode ser recomprado pelo FNDE no leilão de abril. Além disso, temos a natural concentração dos processos de aditamento nos primeiros meses do semestre letivo, que nesse trimestre ainda foi prejudicado tanto pela lentidão quanto pelas travas no SisFIES.

O prazo médio de recebimento do FIES ficou em 132 dias no 1T15, um aumento de 52 dias em relação ao 4T14. Ajustando para os atrasos no repasse e na recompra mencionados acima, o prazo médio de recebimento FIES ajustado teria sido de 104 dias.

O slide número dezenove, mostra no nosso fluxo de caixa. No 1T15, tivemos um fluxo de caixa operacional (FCO) negativo em R\$92,5 milhões, impactado principalmente pelo novo calendário de repasses e recompras para o FIES em 2015. Contudo, nesse 1T15, nossa geração de caixa foi ainda mais prejudicada pelo atraso no cronograma de recompras e repasses previsto no período. A recompra prevista para março ocorreu apenas em abril impactando em R\$87,2 milhões o caixa do período. A geração de caixa operacional antes de CAPEX foi negativa em R\$31,7 milhões no 1T15, também abaixo do 1T14 em função do novo calendário do FIES e dos atrasos mencionados acima.

No slide vinte, falamos um pouco do processo de captação da UniSEB.

No 1T15, tivemos um significativo aumento na captação da modalidade EAD e podemos afirmar que isto se deve à algumas ações combinadas, entre elas:

- Inclusão de todos os polos UniSEB credenciados na captação via portal Estácio (além do portal UniSEB);

- Oferta de maior variedade cursos;
- Oferta da modalidade online (resultando numa procura superior a 70%);
- Campanhas de associação da marca Estácio à UniSEB;
- Polos próximos a unidades Estácio positivamente impactados pela área de cobertura de mídia televisiva e pelo nosso modelo de gestão.

A captação presencial também apresentou aumento expressivo de 140% em comparação ao mesmo período do ano passado, conforme ilustrado no gráfico no lado direito do slide. Destacamos os principais fatores que contribuíram para esse resultado:

- Foi a primeira captação feita nos sistemas Estácio e com uso de toda estrutura e inteligência corporativas de captação (ferramentas de relacionamento e réguas de contato junto aos candidatos);
- Investimento nos relacionamentos locais (canais empresa e escola);
- Campanha televisiva;
- Utilização da captação de 2014.2 para análise de sensibilidade junto a concorrentes locais (ainda nos sistemas legados), em preparação para a captação de 2015.1.

O crescimento significativo da base total em relação ao trimestre anterior já denota o efeito das três bem sucedidas captações sucessivas realizadas após o closing da aquisição, revertendo a estabilidade na base de alunos verificada no término do segundo semestre do ano passado, em função da maturidade da base e do maior número de formandos na UniSEB.

No slide 21, mostramos que a base de alunos FIES alcançou 132,6 mil alunos ao final de março, em comparação com 122,7 mil alunos em dezembro, representando 36,9% da nossa base de graduação presencial. O processo de adesão ao FIES, apesar das dificuldades e limitações geradas pelo SisFIES, seguiu durante o mês de abril, de modo que, em 30 de abril, tínhamos um total de 141,4 mil alunos FIES.

Nosso esforço e atenção nesse momento estão na retenção dos alunos que decidiram se matricular para estudar conosco, sobretudo os que manifestaram interesse no FIES mas não conseguiram êxito no processo. Uma das ferramentas utilizadas com enorme sucesso até o momento pela Estácio é o financiamento PraValer, em parceria com a Ideal Invest, o qual vem se mostrando uma alternativa interessante para os nossos alunos. Até o dia 30 de abril, cerca de 3 mil alunos tinham finalizado a contratação do PraValer, sendo que os processos de contratação continuam durante o semestre letivo ajudando no processo de retenção dos alunos que não conseguiram a sua adesão ao Fies

Com isso, retorno ao Melzi para as conclusões e considerações finais da nossa apresentação.

Rogério Melzi:

Muito Obrigado, Virgílio.

Bem, nessa parte final da nossa apresentação eu gostaria de falar um pouco sobre a nossa Estratégia para o ano de 2015. Depois da surpresa geral com as mudanças do FIES, alavancadas por expectativas muito negativas com relação à performance do país, posso afirmar que temos hoje um plano para conduzir a Estácio durante esse período de maiores incertezas.

Considerando que essas mudanças de cenário são inevitáveis ao longo dos anos, e mais cedo ou mais tarde vão afetar qualquer empresa, setor, ou região, é muito bom que isso tenha acontecido em um período onde a nossa Empresa se encontra bastante preparada para enfrentar maiores adversidades.

Entretanto, não posso considerar que isso se deva ao fator “sorte”; ao contrário, penso que ao longo dos últimos anos, quando vivemos um cenário externo positivo e marcado por uma euforia generalizada com o setor, e enquanto assistíamos nossos competidores realizando movimentos estratégicos que acabaram por gerar questionamentos quanto ao nosso eventual conservadorismo, nós estabelecemos o nosso ritmo e crescemos saudavelmente, porém sem jamais deixarmos de trabalhar com a possibilidade de que os ventos poderiam mudar.

Por isso, e somente por isso, acredito que em 2015 vamos novamente entregar resultados expressivos, em linha com o ritmo de crescimento e expansão que verificamos nesses últimos anos. Com exceção do fluxo de caixa operacional, fortemente impactado pelos efeitos da Portaria 23, que gera um aumento substancial nos recebíveis FIES referentes ao ano de 2015, nosso compromisso é o de buscar crescimento sustentável em todos os nossos principais indicadores, sejam eles de volume, crescimento, financeiros, ou qualitativos. Em outras palavras, nosso compromisso é o de marchar mais 20 milhas, mesmo nesse terreno mais árido que caracteriza o nosso cenário atual.

Assim, nossa estratégia é mesma dos anos anteriores, pontuada por uma ou outra tática mais focada no ano de 2015. Vamos crescer a nossa base de alunos de modo orgânico e também inorgânico. Vamos crescer a nossa Operação de EAD, com chances reais de aumentar o nosso número de pólos. Vamos seguir crescendo forte a nossa área de Novos Negócios, que parece ser um caminho promissor em termos de diversificação. Assim, vamos crescer a nossa Receita, aumentar o nosso Ebitda e o nosso Lucro Líquido, e com isso vamos ganhar margem mais uma vez.

Em paralelo, conscientes das dificuldades impostas por um cenário com menos FIES e mais pressão resultante dos ajustes fiscais em curso, aumentamos muito o nosso nível de atenção com os Indicadores de Evasão e Inadimplência,. O resultado disso é que a evasão acumulada do semestre até o início de maio permanece nos mesmos patamares verificados no ano anterior em termos absolutos, o que indica ganho real de eficiência através do nosso sistema de gestão.

Também redobramos a nossa atenção nos indicadores ligados à gestão do caixa, e colocamos em curso projetos para melhorar ainda mais a nossa saúde financeira.

Ainda, sabemos que marchar 20 milhas em um ano adverso não significa apenas seguir gerando resultados compatíveis com o período anterior, mas também implica em seguir plantando novas sementes para os anos seguintes, o que exige coragem, foco, e determinação de todo o nosso time... o qual, aliás, segue cada vez mais alinhado com a nossa cultura, comprometido com os nossos resultados, e consciente do seu papel na empresa. Pretendemos também ficar atentos à oportunidades geradas pela crise, que se perdurar por muito tempo pode facilitar o terreno para movimentos de consolidação.

Por fim, destaco que em 2015 a Estácio completa 45 anos de uma história muito bonita, que começou com o sonho de um empreendedor de nome João Uchoa em uma pequena casa no bairro do Rio Comprido, no Rio de Janeiro, no auge da ditadura no nosso país. De lá para cá, foram inúmeras crises gravíssimas que precisaram ser superadas, incluindo verdadeiras depressões econômicas, mudanças na ordem econômica, planos mirabolantes, congelamentos, calotes, mudanças regulatórias extremas, programas de financiamento público para universitários sem recursos, e por aí afora. A Estácio não apenas sobreviveu a tudo isso, como, adotando as leis de Darwin para as empresas, cresceu e se fortaleceu para ocupar um lugar de destaque no cenário brasileiro, combinando todos os atributos e a resiliência criados ao longo dos seus primeiros 40 anos com as modernas práticas de gestão, planejamento, e meritocracia, implementadas nos últimos 5 anos.

É essa força que nos traz segurança com relação nosso futuro, e que nos faz acreditar que nossa GENTE, nossa CULTURA, e nosso SISTEMA DE GESTÃO, vão nos levar adiante em qualquer situação. É essa força que queremos demonstrar para todos os nossos stakeholders em 2015, através de um resultado brilhante, e também da divulgação da nossa Marca com uma intensidade crescente em todas as esferas da nossa Sociedade. Por isso, fizemos de 2015 o ano da nossa Marca, o ano da Estácio, ou, como chamamos internamente, o ano do Diamante, fazendo menção ao nosso logotipo. E por isso encerro essa nossa apresentação com o slide 23, celebrando o nosso aniversário de 45 anos, mas desde já, de olho também no que vem pela frente nos próximos 45 anos!

Bom, esses eram os nossos comentários. Podemos passar agora para a sessão de perguntas e respostas. Obrigado.

Diego Moreira, Bank of America:

Bom dia. Na verdade, tenho duas perguntas. Uma é em relação à captação de EAD. Vimos que vocês tiveram bastante sucesso na captação em campus, mas no EAD a captação ficou em linha com a do último semestre, equivalente à do 1S14. Queria saber se vocês estão pensando em alterar daqui para frente, ou mesmo para a captação do 2S, em EAD para tentar alavancar essa frente.

E minha segunda pergunta é em relação ao FIES. Queria ter uma clareza maior de como vocês estão contabilizando a receita de FIES, porque está havendo bastante perguntas de investidores sobre se haverá algum *disruption* muito grande do que vocês estão contabilizando de receita FIES, para depois, quando houver o encerramento do 1S, se isso de fato se materializará em uma receita caixa, ou se com as eventuais desistências de quem não conseguiu pegar o FIES, se isso gerará algum *disruption* no sentido de mais recebíveis, mais PDD, não somente a questão da evasão.

Rogério Melzi:

Diego, eu vou responder a primeira, e o Virgílio responde a outra. Na verdade, eu acho que a captação do EAD foi um sucesso. Acho que anunciamos nossa captação em 18%, mesmo quando colocamos a UniSEB na base do ano passado. Ou seja, é um cenário bastante justo da nossa parte. Eu jogo a UniSEB no ano passado e comparo com este ano, 18% de crescimento em um cenário como esse. A pergunta é “e para beber, na vai nada?”, porque, pelo amor de Deus, com um crescimento dessa natureza eu levanto a mão para o céu.

Se você perguntar se estamos felizes com o resultado, acho que de modo geral ele é bom, tem um crescimento muito forte com relação ao ano passado, mas não, ainda não conseguimos atingir nosso objetivo interno em termos de resultado, porque com tudo isso do FIES, é verdade, acabamos tendo que fazer mais promoções no começo do ano, isso deu uma sacrificada na receita. E todo o plano de ação que temos usando o sistema de gestão, que buscará conter isso, e compensar em outras linhas, ocorre nos próximos meses.

Então, por mais que eu esteja satisfeito do ponto de vista de crescimento com relação ao ano passado, e acho que esse resultado é um primeiro *statement* muito forte da Estácio com relação à nossa capacidade de seguir crescendo em períodos mais adversos, a verdade é que ainda não atingimos nosso objetivo, não estamos em voo de cruzeiro.

Com relação ao EAD, não pretendemos mudar, pretendemos aperfeiçoar. O EAD é uma oportunidade fantástica para nós, por exemplo, na cidade de São Paulo, na área metropolitana. Acho que ali ainda

fomos muito tímidos. Nosso resultado de captação na região metropolitana de São Paulo pode melhorar demais, mas, óbvio, o esforço de construção de marca em São Paulo toma mais tempo. Há *players* muito fortes em São Paulo.

O próprio EAD em São Paulo, se olharmos a modelagem, tem menos penetração que em outras capitais do Brasil, o que por um lado é uma oportunidade, e por outro é um grande desafio.

Então, mudar a estratégia de captação, de modo algum; mas melhorar, trabalhar mais as regiões onde temos mais oportunidade, mostrar mais os diferenciais da Estácio está sim em nosso radar. Sigo muito confiante no processo de crescimento do nosso EAD, sobretudo agora, com a UniSEB.

Virgílio Gibbon:

Diego, sobre a segunda parte da sua pergunta, com relação ao reconhecimento de receita, na verdade não mudou nenhum processo dentro da Estácio, está exatamente como sempre fizemos.

Primeiro, com os alunos veteranos, em processo de aditamento, todos aqueles alunos já contratados no semestre anterior, e devidamente renovada sua matrícula para o próximo semestre, estão devidamente matriculados, com contrato assinado. Então, ao longo do seu processo de aditamento, essa receita está sendo reconhecida normalmente. Sempre foi assim, desde o início.

O serviço está sendo prestado, o contrato acadêmico está assinado. A questão de renovação e realização do seu aditamento é só uma questão de tempo, até o término do prazo de aditamento.

Com relação aos alunos calouros, a maior preocupação, ao longo do 1S, todos os alunos que tiveram problemas na adesão ao FIES vieram, se matricularam, e neste caso em específico, a Estácio deu a faculdade aos alunos que estavam tentando aderir ao FIES até o início de abril. Aqueles alunos que não conseguiram aderir teriam, através de um requerimento interno, cancelada sua matéria sem nenhum custo onerado.

Nós já cancelamos cerca de 1.800 alunos, e mesmo considerando essa evasão, a evasão acumulada está em um patamar absoluto menor que o do ano passado, no acumulado.

Todos os demais alunos que aderiram ao FIES estão tendo sua receita devidamente reconhecida, e aqueles alunos que não conseguiram aderir, ou entraram através do PRAVALER, ou renegociaram suas dívidas com todas as mensalidades em aberto, pagaram suas mensalidades normalmente. Ou seja, é exatamente como fizemos em todos os semestres, sem nenhum sobressalto, nenhum susto com relação a esse ponto.

Diego Moreira:

Só um *follow-up*: esses 1.800 que eventualmente evadiram, eles foram boletados nos meses que cumpriram, e isso eventualmente virará PDD, ou não, eles nem sequer chegaram a ser boletados e ‘bookados’?

Virgílio Gibbon:

Esses alunos que tiveram seu contrato acadêmico foram boletados em uma mensalidade, uma mensalidade e meia, porque tiveram uma isenção, e já foi devidamente cancelada essa receita no término do processo de adesão, sem nenhuma multa contratual a eles.

Então, houve 1.800 alunos que entraram em evasão, e essa receita foi, sim, cancelada dentro da Estácio. Esse efeito vem para o 2T, mas seu efeito líquido ainda é muito positivo, porque temos todo o efeito dessa captação, que pagou uma mensalidade e meia, 1,4 mensalidade por conta da isenção média que temos, e no 2T, todos os alunos que ficaram na base estão pagando três mensalidades cheias. Então vimos em um ritmo de crescimento de receita, mesmo com esses 1.800 alunos que perdemos.

Lembrando que no ano passado, no mesmo período, fechamos o trimestre com cerca de 22.000 alunos evadidos, e até o 1T temos menos da metade desse valor até agora. Os números acumulados até abril, mesmo considerando esses 1.800, estão em patamares bastante saudáveis.

Rogério Melzi:

Diego, só completando, os 1.800 aos quais o Virgílio está se referindo são porque dia 30 de abril – ou 29 de abril, porque dia 30 foi feriado – houve o corte do FIES, e nos dias subsequentes houve um pico de alunos que solicitaram o trancamento, porque não conseguiram o FIES, e foram devidamente cancelados.

Teve aluno que não quis esperar efetivamente até o final do período, já foi fazer seu trancamento lá atrás. Todos os que fizeram isso tiveram todas as suas mensalidades canceladas, o que segue um procedimento normal da Estácio. Não quer dizer que isso foi feito somente com 1.800, foi feito com todos aqueles que foram fazer seu trancamento e não quiseram esperar.

A boa notícia com relação à evasão é que seguimos isso de hora em hora – eu brinco que é uma paranoia, mas é mesmo. De fato houve esse pico nos dois dias subsequentes ao término do prazo do FIES e de lá para cá já voltou a um ritmo muito normal de solicitações de trancamento, inclusive após a publicação das notas da primeira avaliação, que é sempre um período crítico do ponto de evasão.

Então, de fato não há sinais hoje – o que não quer dizer que não possa mudar nos próximos dias – de que sofreremos com evasão.

Diego Moreira:

Está ótimo. Obrigado.

Marcelo Santos, JP Morgan:

Bom dia. Minha primeira pergunta, um pouco mais nessa questão do FIES, teriam como dar uma ideia de magnitude do número de alunos que pediram FIES, não conseguiram e ainda não abandonaram? Essa seria a primeira pergunta, um pouco mais de cor aí.

E a segunda é sobre o ticket de EAD. Vocês mencionaram um período promocional mais forte. Eu havia entendido no final do plano passado que este ano haveria espaço para crescimento de ticket, uma vez que o efeito do EAD Mais já teria passado um pouco. Queria ter um *update* sobre como vocês veem a perspectiva para esse ticket.

Rogério Melzi:

Marcelo, sobre sua primeira pergunta, já tínhamos um procedimento, não é que tenha sido adotado no semestre anterior, de que quando o aluno entra, faz o seu processo de inscrição, perguntamos se ele tem a intenção de fazer o FIES ou não. Essa pergunta estava lá muito mais para efeito de processo não que por qualquer outra coisa, mas claro que, na hora em que estourou essa coisa toda, isso se tornou muito relevante.

Então, temos uma boa ideia, sim, dos alunos que gostariam de fazer o FIES. Claro que isso não é 100% dos alunos que acabam fazendo FIES, porque alguns não sinalizam no começo e depois, ao longo de sua jornada, descobrem que existe o FIES e poderiam fazer também, mas a imensa maioria dos alunos que fazem FIES já declara no começo.

Este número esse ano foi de aproximadamente 35.000, de quando começou o período de inscrição, daqueles que chegaram até o final, que disseram que gostaria de fazer o FIES. Sabemos que mais ou menos 20.000, 21.000 conseguiram, mas também não quer dizer que todos esses haviam marcado sua preferência pelo FIES.

Mas aí há outro dado interessante, que o Virgílio já falou: tem mais de 3.000 alunos que já conseguiram o PRAVALER e outros tantos que conseguirão.

E algo que também publicamos, falamos em nosso primeiro release, quando aconteceu esse problema com o FIES, e estávamos navegando – e estamos ainda – um pouco no escuro, nossa de pesquisa e relacionamento com alunos pegou toda a nossa base de FIES, fez uma amostra bastante significativa e começou a questionar esses alunos que já tinham FIES, e, portanto tem um perfil muito similar àqueles que gostaria de ter o FIES agora, se eles deixariam de estudar porque não conseguiram o FIES.

Nós já compartilhamos isso com vocês, e o número que diz taxativamente que não faria é de apenas 17%. De novo, estou falando de uma amostragem estatisticamente significativa. Mais 13% deles disseram que gostariam de buscar outro modelo de financiamento. Portanto, 1/3, de repente, estaria em risco nessa história.

Então, por mais que façamos projeção, procuremos entender o que pode acontecer daqui para frente, e obviamente não podemos fazer nenhum tipo de *guidance* neste momento, não há nenhum sinal técnico, com base científica, que nos faça acreditar que teremos uma evasão muito além daquilo que temos naturalmente dentro do processo da Estácio. Isso nas condições atuais.

É óbvio que se pensarmos que o País pode passar por muito mais problemas econômicos, ou se a situação se deteriorar por outros motivos que não conseguimos visualizar agora, isso nos segura. Mas nas condições atuais de temperatura e pressão, não há sinal nenhum de que teremos uma perda muito grande, que justifique uma preocupação do ponto de vista de resultado do 2T.

Virgílio Gibbon:

Complementando, Marcelo, com relação ao ticket do EAD, duas razões principais: tivemos uma captação muito forte; temos que pensar que temos novos polos, então, como a captação vem com ticket médio mais baixo por conta das campanhas, se pegarmos nossa base captada ela é quase 50% da base total, e acaba afetando o ticket *overall* da base inteira do EAD.

O segundo fenômeno é nosso EAD Mais, que cresceu sua captação 83% ano contra ano. Como vem essa penetração maior do EAD Mais, mesmo na base ingressante ainda temos esse feito de maturação, na hora que olhamos o *mix*, ele tem um efeito redutor do ticket total do EAD. Então, contamos essa álgebra.

Isso não quer dizer que o custo da mensalidade, do boleto da mensalidade daquele aluno veterano está baixando; muito pelo contrário, ele está subindo pelo menos inflação semestre contra semestre.

Rogério Melzi:

Tem um trabalho de casa nosso aí, talvez de quebrar um pouco mais o que é veterano, o que é novo, o que é EAD Mais. O Virgílio e a Flávia estão com essa missão.

O que sabemos é que os aumentos feitos aqui seguem uma diretriz corporativa nacional, e de fato foram superiores a isso. Então, isso deve estar refletido nos boletos dos novos, e não pega no total pelo efeito *mix*.

Marcelo Santos:

Perfeito. Obrigado.

Rodrigo Gastin, BTG Pactual:

Bom dia. Queria entender um pouco melhor a dinâmica de ticket no presencial para frente. Essas promoções ajudaram a captação no 1S. Se pudessem dar um pouco de magnitude de quanto essas promoções ajudaram a captação no 1S, a captação ex-FIES, que cresceu bastante no 1S; e como vocês estão enxergando a dinâmica para o 2S, se pretendem continuar com essas promoções ao longo do 2S, dado que estamos em um cenário talvez sem novos contatos de FIES, se realmente isso deve continuar sendo uma toada ao longo do ano. É isso. Obrigado.

Virgílio Gibbon:

Rodrigo, a dinâmica é muito parecida com a que tivemos nos outros anos. Este ano tivemos um volume maior de campanhas de desconto no processo de conversão do presencial; temos um indicador sempre perto de 1,4, 1,5 mensalidade de isenção que acabamos dando para o ingressante no presencial, e neste trimestre ficou em torno de 1,6 a isenção média que acabamos dando no processo de conversão de matrículas. Isso explica o maior nível de desconto e, conseqüentemente, esse ticket de 5%.

A boa notícia é que há um *ramp-up* no 2T. Esse desconto total que aconteceu nos três primeiros meses é zero no 2T, então há uma tendência de subida do ticket no 2T, com uma base muito bem formada, que o foi o volume que estamos crescendo ano contra ano.

Então, a dinâmica tem, com uma captação muito forte, um ticket um pouco mais *flat* no 2T e no 3T, e no 2T e no 4T dando uma incorporada com as mensalidades vindo com valor cheio nos três meses fechando o semestre.

Rodrigo Gastin:

Excelente. Obrigado, Virgílio.

Vera Rossi, Goldman Sachs:

Obrigada. Bom dia. Minha pergunta é sobre evasão. Em quanto vocês acham que podem reduzir a taxa de evasão com essas iniciativas que foram implementadas no ano passado? E se pudessem dividir a resposta entre presencial e ensino a distância, seria bom. Obrigada.

Rogério Melzi:

Vera, é difícil falarmos hoje em projeções de quanto pode se reduzir. O interessante é o seguinte: não cabem aqui os motivos, mas no passado, nesses últimos anos e semestres, olhamos muito pouco esse

indicador de evasão. A Empresa é sempre muito aguerrida quando o assunto é captação, e vocês viram novamente o resultado nesse ciclo, e também passamos a prestar muita atenção em algum momento ao que chamamos de renovação; aquele aluno que chega ao final do semestre e depois tem que voltar, ele tem que passar pelo processo de renovação.

A captação é fortíssima, e a renovação é um degrau abaixo, mas sempre esteve no radar. Nós seguimos, temos indicadores, temos controle; todo o sistema de gestão que temos na Estácio já é utilizado para renovação.

Mas eu acho que sempre negligenciamos a ideia da evasão três, quatro, cinco degraus abaixo. Na verdade, nunca prestamos tanta atenção, e nem olhávamos isso. Até que, no começo do ano passado, o pessoal do EAD, por iniciativa deles, começou a reparar que perdíamos milhares de alunos durante o semestre. São alunos que chegam, fazem sua matrícula, trazem a documentação, estudam; alguns deles sequer começam, outros tantos começam e vão evadindo ao longo do semestre.

E o EAD começou a estudar as causas disso. Tem causas acadêmicas, causas financeiras, tem motivos de reclamação, de atendimento, de serviços, de percepção. E eles começaram muito rapidamente a colocar em ação algumas ideias muito mágicas. Por exemplo, de o professor se envolver mais nesse processo de retenção durante o semestre, mapear disciplinas que tinham mais reprovação, oferecer aulas de reforço. E o resultado foi uma melhora espantosa, de 3 p.p. ou 4 p.p. quase que em um piscar de olhos.

Quando vimos isso, já no começo do 2S, eu mesmo chamei a atenção e falei “espera um pouco, se isso é verdade no EAD, temos que repetir no presencial”. E aí começamos a mapear os números de evasão no 2S14, e tomamos um susto, porque não tínhamos a dimensão de que evasão envolvia aquela quantidade de alunos. Não seguíamos tão de perto. Estamos na casa de cerca de 20.000 alunos durante um semestre. Quanto vale comprar uma universidade com 25.000 alunos? Pagaríamos uma fortuna. Mas todo semestre estamos deixando isso ir embora.

Então, para nossa felicidade, no 2S14, quando a Estácio acordou para isso, toda a modelagem de gestão que usamos começou a virar os canhões nessa direção da evasão. Quando virou o ano, antes de acontecer qualquer coisa com o FIES, já tínhamos meta para este ano, já tínhamos, dentro da nossa organização matricial, uma equipe de olho nisso, começávamos a pensar de modo mais científico no que levava à evasão, a buscar benchmarks internos e externos, até em outras empresas e indústrias. Começamos a virar a atenção, a amarrar nosso sistema de remuneração etc., dar metas para todas as pessoas quanto à evasão.

Quando vieram as mudanças no FIES, a verdade é que estávamos muito prontos. O que o FIES fez foi colocar gasolina em uma fogueira que já existia, e toda a Empresa hoje presta muita atenção à evasão.

Então, embora eu não possa dizer o quanto conseguiremos fazer, o que posso falar é que estamos naquela fase deliciosa de um sistema de gestão de cortar o capim alto. Como não fazíamos quase nada, qualquer coisa que façamos no começo tem um efeito muito grande.

E estamos muito felizes – eu disse no começo que não acredito muito em sorte, mas de repente... – que tenhamos nos armado tanto para lidar com essa questão na hora em que ela faz diferença, porque, se por um lado eu perderei alguns alunos que de modo algum continuarão, porque não têm FIES, por outro lado, através dessa série de ações que o Virgílio mencionou, conseguiremos demover da ideia de desistir uma série de outros alunos.

E de novo, o corte era 30 de abril, estamos hoje em 7 de maio. Até agora, passados sete dias do final do FIES, em tese, é impressionante que estejamos, em números absolutos, abaixo do ano passado. Não é em termos relativos, porque a base cresceu muito, são números absolutos abaixo do ano passado. Só podemos creditar isso a essa iniciativa que o EAD começou lá atrás.

Eu não quero falar em projeção, e também acho que não dá para distinguir o EAD do presencial. É possível dizer que o EAD está um pouco à frente. Eles já tiraram um pouco daquele capim alto e agora começarão a trabalhar as questões mais técnicas. No presencial, graças a um pouco de sorte e à nossa competência, ainda tem bastante capim para cortar, e aproveitaremos essa oportunidade.

Vera Rossi:

Melzi, outra pergunta: você acha que, com a redução dos contratos do FIES pelo Governo, pode mudar o comportamento dos estudantes em relação à evasão? Como agora é um bem limitado, os alunos darão mais valor e evadirão menos, porque virou um bem limitado, e antes um contrato de FIES era um bem ilimitado?

Rogério Melzi:

Acho que esse é um belo ponto. É uma hipótese que não testamos ainda, mas me parece ter muito fundamento. Se você consegue uma coisa que as pessoas estejam lutando, a tendência é que você não queira largar.

Por exemplo, o índice de evasão do ProUni é baixíssimo, porque quando o aluno consegue entrar no ProUni, ele sabe que é a chance da vida e da família. Até por isso as notas de alunos do ProUni costumam ser excelentes, a performance acadêmica deles costuma ser muito boa.

Então, é uma hipótese. Aqueles que têm FIES tendem a não querer perder, porque sabem que se abrirem mão dele agora, podem não conseguir voltar.

O que eu acho que o FIES conseguiu fazer por nós foi criar uma cultura de financiamento. Mapeamos tendências nos principais sites de busca, sabemos o que acontece; conseguimos pensar um pouco em demanda agregada, fazendo esse tipo de pesquisa, e sabemos que os alunos hoje procuram alternativas de financiamento para o FIES, o que é muito interessante, porque está abrindo o mercado para o PRAVALER e também para tantas outras soluções que sabemos que vêm sendo trabalhadas hoje em dia.

Então, estenderei sua hipótese não só para o FIES, mas para outros mecanismos de financiamento que vierem a surgir. Acredito que o aluno que conseguir esses mecanismos tenha uma tendência de ir até o final do seu programa.

Vera Rossi:

Muito obrigada.

Caio Moscardini, HSBC:

Bom dia. Minha pergunta é com relação ao PRAVALER. Vimos um aumento bastante expressivo na linha de desconto e bolsa. Gostaria de saber se o PRAVALER impactou essa linha, e qual foi o montante? Caso contrário, como está a acontecendo a contabilização dos efeitos do PRAVALER? Obrigado.

Virgílio Gibbon:

Caio, nesse 1T, o efeito é muito baixo. Até porque o PRAVALER começou ‘pra valer’ dentro da nossa base no final do 1T. Eram pouquíssimos alunos que tinham seu contrato já devidamente formalizado, até já tinham o repasse com o devido desconto. Isso aconteceu mais para a segunda quinzena de abril, quando começou a ganhar um volume maior.

O maior volume de descontos, está até bem explicado em nosso release, veio da nossa decisão de não vender nossa carteira de recebíveis. Tem uma carteira com *aging* já bastante antigo, e aí sim trabalhamos com volumes de campanhas e descontos para trazer essa negociação, para ter sucesso nessa negociação e recuperar essa PDD, esse valor que já havia sido jogado para perda no passado. E aí sim esse desconto vai para a linha de baixo e acaba entrando na despesa financeira.

Com relação à regra do PRAVALER, o repasse, tem uma parte pequena de *fee*, uma comissão, e isso vem como redutor de receita na contabilização. E toda a parte de desconto atrelada, os juros embutidos na antecipação desse recebível do aluno, entra como despesa financeira no *bottom line*.

Caio Moscardini:

Entendi. Obrigado.

Operadora:

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao Sr. Rogério Melzi para as considerações finais.

Rogério Melzi:

Gostaria de agradecer a todos pela participação em nosso *call*, e terminar reforçando que seguimos muito confiantes em nossa capacidade de gerar resultados expressivos, mesmo em cenários mais adversos, graças a tudo aquilo que foi construído durante os anos de cenário favorável que vivemos no segmento da educação.

Destaco também que é justamente em um cenário mais adverso, como o que vivemos agora, que podemos mostrar o resultado de todo esse trabalho de modo mais efetivo, na medida em que conseguimos marchar nossas 20 milhas de modo determinado e disciplinado.

Nossa área de RI fica sempre à disposição, o Virgílio e eu também. Espero ver a todos em breve. Mais uma vez, obrigado, e um bom dia a todos.

Operadora:

A teleconferência da Estácio Participações está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição.”