

Operador:

Bom dia, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Estácio Participações para discussão dos resultados referentes ao 4T17.

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 audioconferência 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 audioconferência pode conter previsões acerca de eventos futuros, que estão sujeitas a riscos 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.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Pedro Thompson, CEO da Companhia. Por favor, Sr. Thompson, pode prosseguir.

Pedro Thompson:

Muito obrigado. Bom dia a todos. Sejam muito bem-vindos à teleconferência sobre os nossos resultados do 4T17. Ao meu lado estão Leonardo Moretzsohn, nosso CFO, e nossa *head* de RI, Flávia Oliveira. Lembro a todos que, ao final desta apresentação, vamos abrir para uma sessão de Q&A.

Começando pelo slide número dois da nossa apresentação, disponível em nosso site de RI, gostaria de fazer um breve retrospecto do que foi o ano de 2017 para a Companhia. Desde 2016, quando aconteceram muitas mudanças importantes na gestão da Companhia, a Estácio vem passando por um processo de reestruturação, cujos resultados já foram observados ao longo deste último exercício.

Até o julgamento do CADE sobre a operação da fusão junto à Kroton, concentramos nossos esforços na reformulação da nossa estratégia através de ações perenes, porém com resultados a curto e médio prazo. Tais ações podem ser agrupadas em quatro grandes frentes de trabalho.

A primeira delas foi a nova estrutura de captação, a qual passamos a operar logo na captação de 2017-1. Com ela, passamos a contar com uma base de alunos mais saudável, com aumento do ticket médio e melhora nas taxas de retenção.

Esta estratégia também foi fundamental para superar os efeitos da redução da base de alunos FIES, que apresentou uma queda de 20,4% em 2017. Importante observar que a base de alunos ex-FIES, no entanto, aumentou 3,9%, graças a fatores como as mudanças implementadas na estratégia comercial, o lançamento do PAR, nosso parcelamento próprio, entre outras.

A segunda frente de trabalho foi a otimização dos processos na gestão do custo docente. Com o objetivo de melhorar a eficiência da nossa nova rubrica de despesas, sem afetar a qualidade do serviço prestado aos alunos, nós implementamos, ao longo de 2017, diversas medidas para melhorar a produtividade do corpo docente.

Tais iniciativas, que serão detalhadas pelo nosso CFO daqui a pouco, nos permitiram um aumento de 4,5% na média de alunos por turma no segmento presencial e de 124% no segmento EAD.

Outra grande transformação que considero muito importante foi a reestruturação do EAD. Com a nova regulamentação implementada em 2017, passamos a ter autorização para lançar 350 novos polos anuais.

Dessa forma, estruturamos a expansão orgânica dessa unidade de negócios e encerramos o ano de 2017 com 394 polos ativos, praticamente o dobro da quantidade que operávamos ao final de 2016, o que contribuiu para a retomada do crescimento de nossa base de alunos após bons ciclos de captação e melhoria nos indicadores de renovação e evasão dessa unidade de negócios.

A última frente de trabalho que eu gostaria de destacar foi a racionalização das despesas de marketing. Migramos o modelo de marketing institucional para um modelo que contempla campanhas regionalizadas, focando sempre em um maior retorno sobre alocação de verba.

Continuando agora a nossa breve retrospectiva de 2017; a partir de julho, após a decisão desfavorável do CADE sobre a operação de fusão junto à Kroton, desenvolvemos um plano com ações mais disruptivas, objetivando uma evolução ainda maior no patamar de rentabilidade da Companhia. Este plano começou a ser implementado já ao final do ano, com três principais frentes de trabalho.

A primeira é a reestruturação organizacional baseada na implementação de um novo PCD (Plano de Carreira Docente), que, além de proporcionar ganhos de produtividade, melhorará aspectos motivacionais, técnicos e do clima do nosso corpo docente. A segunda frente é a revisão do nosso *footprint*, conforme falamos no último Estácio Day, em novembro do ano passado, conduzimos um processo de *benchmark* interno em que avaliamos diversas variáveis desde a performance de cada unidade.

Assim, conseguimos elaborar planos de ação individuais para as unidades deficitárias, envolvendo ações como: fusão de unidades, revisão do portfólio dos cursos oferecidos, *pricing*, entre outras. Por isso, decidimos ter a fusão de oito das nossas unidades ao longo de 2018, cinco das quais já fundidas agora no início do ano e outras três a serem realizadas no 2S.

É importante lembrar que os alunos dessas unidades foram transferidos para unidades próximas ou unidades de destino. Lembrando que, em 2017, já tínhamos encerrado a atividade em cinco campi e não tivemos rupturas significativas em razão deste movimento.

Outra grande oportunidade de ganho de eficiência será a revisão do modelo de ensino. Apesar de nacionalmente integrado e com características únicas, como a

nacionalização dos currículos e a padronização dos recursos didáticos próprios, o nosso modelo precisava ser atualizado com foco em produtividade. Por isso, fizemos uma revisão das matrizes curriculares que está sendo implementada agora em 2018.

O nosso objetivo é aumentar o grau de compartilhamento de disciplinas entre os cursos e também adotar disciplinas híbridas. O resultado dessa revisão visa também um processo de formação de turmas ainda mais eficiente, assim como melhoria contínua em nossos indicadores de qualidade acadêmica.

Passando para o slide número três, vemos o gráfico com o resultado da nossa pesquisa de clima organizacional, que realizamos anualmente com auxílio de uma renomada consultoria externa.

Aqui, é importante destacar que, mesmo atravessando um período complexo na nossa história, não tivemos queda em nossos indicadores. Permanecemos com 74% de favorabilidade total, o que evidencia e reforça o quanto os colaboradores Estácio estão engajados com o projeto que está sendo desenvolvido.

Isso apenas foi possível porque procuramos agir com muita transparência em relação a todos os nossos *stakeholders* e, principalmente, com os nossos colaboradores. Sem eles, não conseguiríamos conquistar estes resultados que viemos apresentar hoje para vocês.

Agora, passo a palavra para a nossa *head* de RI, Flávia Oliveira, que comentará sobre os resultados operacionais.

Flávia Oliveira:

Obrigada, Pedro. Bom dia a todos.

Vou começar falando sobre a nossa base de alunos no slide número quatro. No gráfico em destaque, observamos que a nossa base de alunos aumentou 1,5% em relação ao ano anterior, totalizando 515 mil alunos.

O crescimento da base total ocorreu principalmente devido ao crescimento de 17% na base de alunos de ensino à distância, resultado de iniciativas como a clusterização dos polos parceiros por performance, visando um maior alinhamento de incentivos aos resultados obtidos. Além disso, fechamos 2017 com um total de 394 polos de ensino à distância entre ativos e contratados, apresentando um aumento de 185 polos em relação ao ano anterior.

O crescimento do EAD compensou a redução de 4,8% na base de alunos do presencial, que sofreu efeitos da redução de 20,4% na base de alunos FIES ao final de 2017, e das mudanças que implementamos na estratégia de captação em busca de uma base de alunos mais sustentável. Se excluirmos o efeito da redução da base de alunos FIES, apresentaríamos um aumento de 3,9% na base de alunos ex-FIES.

É importante ressaltar que o objetivo de fomentar uma base de alunos mais saudável, diminuindo a oferta de isenções e bolsas e garantindo o compromisso financeiro do aluno para efetivar a matrícula, nos resultou em uma melhora de 1,6 p.p. na taxa de retenção de nossos alunos.

Passando agora para o slide número cinco, vou falar sobre o desempenho do nosso ticket médio, que continua refletindo a atual estratégia de precificação da Companhia. Na modalidade de ensino presencial, em 2017, apresentamos um aumento de 10% e o ticket totalizou R\$742.

Na graduação presencial, o aumento foi de 10% também, passando para R\$769. Esse desempenho deveu-se à nova estratégia de precificação adotada pela Estácio desde a primeira captação de 2017, além da eliminação da isenção de bolsas e a reestruturação das ofertas de desconto, potencializando ao máximo o valor presente por aluno.

O segmento de pós-graduação presencial também apresentou crescimento em seu ticket médio em 2017, que totalizou R\$300, registrando um aumento de 8% em relação ao ano passado. O ticket médio do segmento de ensino à distância registrou, ao final de 2017, um aumento de 5,9% em relação a 2016, totalizando R\$224.

No segmento de graduação EAD, o ticket médio cresceu 2,4%, passando para R\$230, e na pós, o ticket médio chegou a R\$189, um aumento de 47% em relação ao ano anterior.

Agora, vou passar a palavra ao nosso CFO, Leonardo Moretzsohn, que falará sobre o nosso desempenho financeiro.

Leonardo Moretzsohn:

Obrigado, Flávia. Bom dia a todos.

Vamos iniciar comentando alguns destaques do nosso desempenho financeiro no ano de 2017, no slide seis. Nossa receita líquida atingiu R\$3,4 bilhões em 2017, apresentando um aumento de 6,1% e R\$194,5 milhões em relação ao mesmo período de 2016. Com esse resultado, nosso EBITDA ajustado em 2017 atingiu R\$943,9 milhões, com margem de 27,9%, apresentando um crescimento de 39,5% e 6,7 p.p. em relação ao ano anterior.

Para apresentar esse resultado em bases ajustadas, excluimos os efeitos da reestruturação organizacional no valor de R\$117,1 milhões e da revisão do *footprint* no montante de R\$18,4 milhões, principalmente em função do provisionamento dos custos e despesas excepcionais resultantes do encerramento das atividades de oito unidades, as quais serão fundidas em outras de nossas unidades.

Além disso, decidimos efetuar lançamentos pontuais do resultado de 2017 no ano recorrente, dos quais destacamos os seguintes: R\$26,8 milhões referentes à baixa de depósitos judiciais na linha de provisão para contingências; R\$14 milhões devido ao *impairment* do ágio registrado na Nova Academia do Concurso – uma aquisição realizada em 2011 com foco em cursos preparatórios para concursos públicos, mas cujos resultados e perspectivas futuras de tal investimento não sustentavam o ágio registrado à época da aquisição; R\$7,1 milhões devido à revisão da provisão de aluguéis a receber, referente a recebíveis de locação de espaços comerciais em unidades adquiridas.

Adicionalmente, R\$3,3 milhões em razão da baixa de créditos fiscais sem efetivação ou garantia de sua utilização; R\$6,4 milhões devido à provisão sobre recebíveis relacionados à venda de carteiras de anos anteriores e R\$3 milhões em função da provisão sobre um programa de parcelamento que existia em uma unidade adquirida; e, finalmente, R\$1,7 milhão referente a despesas com M&A que estiveram em curso no ano de 2017.

Passando para o slide sete, podemos observar a *bridge* da receita líquida referente a 2017. Como mencionei, a nossa receita líquida totalizou R\$3,4 bilhões, significando um crescimento de 6,1% em relação a 2016.

Este resultado é explicado basicamente por alguns efeitos. Primeiramente, do aumento de R\$631,1 milhões na receita de mensalidades, um crescimento de 13,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido à base de alunos mais sustentável e aumentos de 10,6% e de 5,9% nos tickets médios do presencial e EAD, respectivamente.

Redução de R\$11,6 milhões na receita do Pronatec, devido à formatura dos últimos alunos cursando o segmento. Redução de R\$12,9 milhões em outras receitas, em razão, principalmente, do encerramento do projeto Rio 2016, referente aos treinamentos para os voluntários dos Jogos Olímpicos.

Aumento de R\$374 milhões na linha de descontos e bolsas, equivalente a um incremento de 3,7 p.p. sobre a receita operacional bruta de 2017 em relação a 2016, como efeito da nova estratégia de precificação que nós adotamos para os alunos ingressantes. Nessa estratégia, o aumento das deduções é mais do que compensado pelo aumento de R\$606,6 milhões na receita bruta.

Tivemos também um aumento de R\$18,9 milhões na linha de impostos, que acompanhou, evidentemente, o crescimento da receita, mantendo 2,8% sobre a receita bruta. Registramos o aumento de R\$7,4 milhões na linha do FGEDUC, devido principalmente à taxa administrativa do FIES, que representou um aumento de R\$11,4 milhões neste ano, pois começou a ser aplicada apenas a partir do 3T16.

É importante lembrar também que, em 2017, iniciamos a oferta do nosso parcelamento próprio, o PAR, e foi registrado um montante, aproximadamente, de R\$11,4 milhões em deduções da receita bruta, devido ao ajuste a valor presente dos recebíveis de longo prazo do programa.

Movendo para o slide oito, vou falar sobre os nossos custos operacionais. Ao final de 2017, o nosso custo caixa ajustado representou 46,2% da receita operacional líquida, representando um ganho de margem de 7,2 p.p. em comparação aos 53,3% registrados no mesmo período do ano passado. Esse ganho ocorreu, basicamente, na linha de pessoal.

Também contribuiu para melhoria da performance o ganho na linha de material didático, devido ao aumento da utilização de livros próprios, da migração para o formato digital e da melhor gestão do estoque.

Em relação à linha de pessoal, é importante mencionar que, conforme o Pedro mencionou agora há pouco, estamos implementando um projeto de reestruturação

com o objetivo de proporcionar ganhos de produtividade e melhorias estruturais. Esse projeto envolveu o desligamento de colaboradores e teve um impacto pontual de R\$115,3 milhões na linha de custos de pessoal no 4T17.

Além disso, na comparação com 2016, é importante lembrar que tivemos efeitos não-recorrentes no total de R\$18,1 milhões relacionados à revisão da base de contingência e ajustes de benefícios realizados no 2T16. Excluindo os efeitos desses impactos em base ajustada, a linha de pessoal apresentaria uma melhora de 6 p.p., representando 35,3% sobre a receita operacional líquida.

Esse resultado está relacionado: à universalização de 20% de disciplinas online no currículo presencial; ao percurso alternativo; à ampliação da oferta de disciplinas equivalentes; à oferta de turmas de dependência; e à antecipação do horário de início das aulas do turno noturno. Essas iniciativas permitiram um aumento de 4,5% na média dos alunos por turma no segmento presencial.

No EAD, foram implementadas iniciativas para melhorar a eficiência e o tempo de resposta dos professores nas interações com os alunos, o que permitiu um aumento de 124% na média de alunos por turma do segmento, sem afetar a qualidade do serviço prestado. As mesmas iniciativas realizadas para as disciplinas no EAD também beneficiaram as disciplinas online que atendem o segmento presencial.

Movendo para o slide nove, apresentamos as nossas despesas operacionais. Em 2017, as despesas comerciais ajustadas representaram 12% da receita operacional líquida, um ganho de margem de 1,3 p.p. em relação ao ano de 2016.

Para realizar a performance ajustada, é necessário desconsiderar os seguintes lançamentos não-recorrentes: venda da carteira de recebíveis em 2016 no montante de R\$47,1 milhões; o PCLD, ou seja, a Provisão do Parcelamento Estácio (PAR) que foi lançado em 2017, com um total de R\$30,8 milhões; e, finalmente, os recebíveis sobre vendas de carteiras dos anos anteriores e ao parcelamento próprio que existia em uma adquirida, no montante de R\$6,4 milhões.

Em 2017, as despesas gerais e administrativas caixa com bases ajustadas representaram 13,5% da receita operacional líquida, uma redução de 1,1 p.p. em relação ao ano de 2016. Houve, principalmente, um impacto na linha de provisão para contingência.

Em contrapartida, vale destacar que as despesas com serviços de terceiros apresentaram uma redução de cerca de R\$10 milhões, devido, principalmente, à redução nas despesas com consultoria e comunicação de dados. Além disso, as despesas com eventos institucionais sofreram uma redução de R\$14 milhões, em função, basicamente, do encerramento do projeto Rio 2016.

No slide dez, podemos verificar que o lucro líquido referente ao ano de 2017 totalizou R\$424,6 milhões, um aumento de 15,3% quando comparado ao ano de 2016, devido, principalmente, ao aumento de R\$85,4 milhões no EBITDA do período.

É importante mencionar que o resultado financeiro que observamos em 2017 apresentou um aumento de 29,2% em relação a 2016, principalmente em função de: a receita de atualização do contas a receber do FIES, que diminuiu R\$21,6 milhões,

devido à redução no saldo de contas a receber FIES após o pagamento da segunda parcela da PN23, que recebemos em meados de 2017.

A receita de rendimentos de aplicações financeiras, que apresentou uma queda de R\$14,4 milhões, principalmente em razão da queda da taxa de juros, uma vez que a remuneração de nossos ativos financeiros está atrelada à variação do CDI.

E em função também dos descontos financeiros, que aumentaram R\$13,3 milhões, devido às campanhas que realizamos para recuperar créditos de alunos inadimplentes, principalmente dos alunos que deixaram de estudar porque perderam o FIES. E, finalmente, em função da atualização de contingências, que apresentou uma variação no montante de R\$10 milhões referente a multas e juros pagos sobre condenações.

No slide 11, apresentamos o nosso prazo médio de recebimento. O prazo médio de recebimento do FIES, ao final do ano de 2017, apresentou uma redução de 44 dias em relação ao mesmo período de 2016, totalizando 187 dias. O prazo médio de recebimento ex-FIES, em contrapartida, aumentou três dias em relação ao ano anterior, devido, principalmente, ao parcelamento próprio que passamos a ofertar no 1S17.

Em 2017, também, o prazo médio de recebimento da Estácio totalizou 109 dias, uma redução de 23 dias quando comparado a 2016. Nós continuamos focados no processo de aprimoramento das nossas políticas para campanhas de arrecadação e renegociação de dívidas dos nossos alunos.

Passando agora para o slide 12, apresentamos na primeira tabela as informações sobre a nossa capitalização e caixa. Ao final de 2017, a nossa posição de caixa e disponibilidades totalizava R\$524,4 milhões, aplicados conservadoramente em instrumentos de renda fixa, referenciados ao CDI, em títulos do governo federal e certificados de depósitos de bancos nacionais de primeira linha.

O nosso endividamento bancário de R\$567,3 milhões correspondia basicamente às nossas emissões de debêntures, às linhas de financiamento junto ao IFC, à emissão de notas promissórias, a financiamentos subsidiados junto a agências e bancos de fomento regionais, e à capitalização das despesas de *leasing* com equipamentos em cumprimento à Lei 11.638.

A redução de R\$455,2 milhões em relação ao ano anterior ocorreu em função, principalmente, das liquidações da terceira emissão de debêntures, no valor de R\$197 milhões em setembro, e do pagamento da primeira tranche da emissão da nota promissória no valor de R\$187 milhões, pagamento este que ocorreu em novembro de 2017.

Além disso, os empréstimos bancários e os compromissos a pagar referentes às aquisições realizadas, no montante de R\$87,1 milhões, somados ao saldo a pagar de tributos parcelados, de cerca de R\$14,6 milhões, determinam o endividamento bruto da Estácio, que totalizou R\$669 milhões ao final de 2017. Dessa forma, a dívida líquida da Companhia atingiu R\$144,6 milhões no final do período, 0,6x o nosso EBITDA ajustado do período.

É importante destacar que os nossos níveis de endividamento e geração de caixa operacional permitem à Companhia conduzir suas atividades operacionais, honrar seus compromissos financeiros, e implementar novas estratégias de expansão e crescimento, mediante o uso de recursos próprios e contratação de empréstimos e financiamentos para tais fins.

Ainda neste slide, apresentamos o CAPEX realizado no período. Em 2017, foram investidos cerca de R\$153,8 milhões, uma redução de 17,7% em relação ao mesmo período de 2016.

Passando agora, finalmente, para o slide 13, gostaria de mencionar o que considero o grande destaque do nosso resultado nesse ano. Em 2017, o nosso fluxo de caixa operacional ajustado foi positivo em R\$913,8 milhões, apresentando um aumento significativo de 213%. Foi um aumento de R\$621,8 milhões quando comparado ao mesmo período de 2016.

Além disso, além do aumento no resultado operacional, o aumento de R\$328,3 milhões na arrecadação ex-FIES também contribuiu para essa melhoria, devido à nova estratégia de *pricing* e uma base de alunos mais sustentável. A conversão de EBTIDA em caixa chegou a 96,8% ao final de 2017, comprovando, mais uma vez, a eficácia das nossas iniciativas para geração de caixa.

Agora, eu retorno a palavra ao Pedro Thompson, o nosso CEO, para que ele possa realizar as considerações finais.

Pedro Thompson:

Muito obrigado, Leo.

Passando agora para o slide 14, quero concluir, aproveitando o gancho do slide do FCO que o Leonardo acabou de apresentar, e lembrar que a Estácio encontra-se em um momento muito oportuno. Nossa sólida posição financeira e as perspectivas de mantermos o ritmo de melhoria de performance ao longo dos próximos ciclos, com mais controle e transparência nos processos, motivam todo o nosso time a continuar entregando resultados, preparando a Estácio para uma nova fase de crescimento e expansão.

2018 continuará sendo um ano de muito trabalho para todos nós aqui na Estácio, principalmente nas frentes para ganho de eficiência, mas estamos confiantes em nossa capacidade de execução.

Podemos passar agora para a sessão de Q&A. Muito obrigado a todos.

Suzana Salaro, Itaú:

Bom dia, pessoal. Obrigada pela pergunta e parabéns pelos resultados. Nós temos duas perguntas aqui do nosso lado. Se vocês podem elaborar um pouco sobre como está a formação dos novos polos de *distance learning*, de EAD, como está a captação deles, e se vocês estão sentindo algum tipo de dificuldade em achar polos novos. Isso para os polos que já estão conectados. E se agora, em 2018, vocês planejam expandir ainda mais e conectar mais polos. Essa seria a primeira pergunta.

E a segunda, se vocês podem elaborar um pouco sobre o marketing regionalizado. Se com isso dá para inferir que o nível de desconto mudará do desconto atual. Isto é, você acha que conseguirá ser mais granulado, mais resistente, e talvez tenhamos um desconto médio menor do que temos hoje? Obrigada.

Pedro Thompson:

Suzana, muito obrigado pela sua pergunta. O primeiro ponto, em relação à expansão do EAD, de fato, com a nova regulamentação, nós vemos que está cada vez mais difícil angariar polos novos, mas estamos comprometidos em continuar crescendo. O nosso *pipeline* de crescimento para 2018 continua de pé. Temos um limite conforme a regulação de 350 polos, mas estamos procurando por vários polos.

Não passamos nenhum *guidance* para frente, mas no ano passado eu diria que nós tivemos um retrospecto muito positivo, principalmente no 2S, que foi quando começamos efetivamente a expandir. Praticamente dobramos a unidade de polos, comparando dezembro de 2016 com dezembro de 2017. Essa toada continua, sabemos que está um mercado mais difícil, mas continuamos objetivando expansão do crescimento do EAD.

Para nós, EAD tem sido uma unidade de negócio muito oportuna em termos de crescimento, mas principalmente em termos de rentabilidade, vis-à-vis que tivemos um ganho de margem de contribuição da *business unit* de praticamente 20 p.p. comparando ano contra ano. Então, sem dúvida alguma, EAD aqui na Estácio é uma unidade de negócio muito estratégica em que vamos continuar crescendo.

O segundo ponto, em relação à performance de captação dos polos, sem dúvida alguma, estamos vendo o efeito de um *ramp-up* nos polos novos que vão se maturando e vão captando. Isso ficará claro ao longo do nosso release de resultados desse próximo ano, mas de fato esses novos polos estão *ramping up*, sim.

E o segundo ponto que você falou, pelo que eu entendi, foi se há algum nexo causal entre marketing regionalizado e desconto. Na verdade, o que estamos tendo é que continuamos muito austeros em relação à nossa política de *pricing*. Acho que, ao longo do resultado do primeiro trimestre desse ano, isso ficará muito evidente para vocês.

De fato, nós somos muito conservadores em relação a *pricing*. Temos um histórico para continuar apostando nessa dinâmica, mas o que temos feito de investimento em relação a marketing foi muito mais em marketing com respostas mais rápidas. O que são isso? Pontos de vendas, ações de *trade*, e também temos sido muito efetivos em marketing no meio digital.

Então, contextualizando essa questão de marketing regional, primeiro, na nossa política de desconto, continuamos operando de maneira bem austera – isso ficará evidente para vocês ao longo de 2018 – e essa questão da regionalização de marketing é muito mais em relações de mídias focadas em pontos de vendas, ações de *trade* e, em um espectro mais amplo, marketing digital.

Suzana Salaro:

Perfeito. Obrigada, ficou muito claro.

Vinicius, Bradesco BBI:

Bom dia, pessoal. Gostaria de fazer duas perguntas com relação ao fechamento de campi que vocês comentaram no release. A primeira é se vocês podem dar uma ideia de quanto vocês esperam de ganhos em termos de margem por conta do fechamento desses campi, e se vocês já têm uma ideia de onde eles são localizados. E a segunda pergunta é: quantos desses campi já não fazem mais parte do fluxo da Estácio na captação do 1S? É isso, obrigado.

Pedro Thompson:

Vinicius, obrigado pela sua pergunta. Não abrimos quais são os campi e temos uma política de não passar *guidance*, obviamente isso tudo objetivando a perenidade da Companhia do ponto de vista de alunos, do ponto de vista de rentabilidade e do ponto de vista de um melhor enquadramento do custo de despesas, mas não 'highlightamos' quais foram os campi.

Só ressaltando, o que nós 'highlightamos' foram cinco campi que efetivamente não captaram, no total de oito em 2018, sendo que desses oito, cinco efetivamente não captaram agora no 1S e três nós já vamos 'fusionar' no 2S da Companhia.

Vinicius:

Pedro, se você me permitir um *follow-up*, então todos esses campi que vocês fecharam foram fusões de campi em outros lugares?

Pedro Thompson:

Na verdade, o que fazemos é o seguinte: é uma fusão. Nós temos um campus cujas atividades efetivamente estamos extinguindo, mas migramos toda a base de alunos do curso para um campus de destino.

Vinicius:

Perfeito, obrigado.

Marcelo Santos, JPMorgan:

Bom dia a todos e obrigado pela pergunta. São duas. Na primeira, eu gostaria de entender um pouco melhor a variação no custo de professores, tanto no trimestral quanto anual. Houve uma queda bastante grande e há uma nota explicativa falando que teve uma certa realocação de custos para o G&A. Eu gostaria de entender um pouco mais o quanto foi eficiência e o quanto foi realocação e quais as fontes também trimestrais desse aporte.

E segundo, se vocês podem comentar um pouco como está a questão de competição de preço no mercado de EAD para o começo desse ano. São essas as minhas duas perguntas.

Pedro Thompson:

Marcelo, obrigado pela sua pergunta. Na verdade, a grande mudança contábil em relação à participação de custos foi que, anteriormente, na rubrica de custos da Companhia, eram consideradas também algumas perdas trabalhistas dentro da rubrica de custos. Esse ano, efetivamos expurgamos o que de fato era perda trabalhista para despesa com contingência. Nós só fizemos isso em 2017 e não fizemos para 2016. Então teve esse efeito, sim.

Em relação a preço de EAD, acho que já é uma verdade absoluta que esse será um mercado muito mais competitivo, muito mais acirrado. Mas o que temos visto de preço para a captação agora de 2018-1, estamos conseguindo impor o nosso ticket médio, pelo menos no caso da Estácio em relação a EAD. E estamos conseguindo ampliar os nossos polos, estamos conseguindo manter uma captação não tão disruptiva, mas, por outro lado, saudável e dentro do esperado em relação a EAD e sem ferir ticket.

Marcelo Santos:

Perfeito. Só um *follow-up* em relação à primeira pergunta: teve uns 14 p.p. de ganho de margem bruta no 1T. Essa realocação de vocês registrarem essas despesas no G&A, o quanto ela explicaria, mais ou menos? Você pode dar alguma ordem de grandeza?

Pedro Thompson:

Full year, em torno de R\$60 milhões para SG&A.

Marcelo Santos:

Está bom, muito obrigado.

Thiago Bortoluci, Morgan Stanley:

Bom dia, pessoal. Também tenho duas perguntas. A primeira na realidade é um *follow-up* na questão de *pricing*. Vocês comentaram que continuam bem austeros na precificação. Eu gostaria de uma tendência, se eu conseguisse olhar para o seu ticket de calouro. A tendência para 2018 seria esse ticket vir *flat*, para cima ou para baixo? Porque vocês têm um *carry* ainda positivo, mas o ticket do calouro poderia ser uma tendência do que poderia estar por vir em 2019 e 2020. Esse é o primeiro ponto.

E o segundo ponto é sobre a reestruturação da força de professores. Entendemos que abre uma alavanca de crescimento bem importante para 2018, mas ainda é difícil quantificar qual é esse potencial ganho que estamos trabalhando. Em uma comparação *like-for-like* da sua hora/aula, estamos falando de uma melhora de quanto? De 5%, de 10%? Qual é a magnitude disso? Obrigado.

Pedro Thompson:

Thiago, obrigado pela sua pergunta. Em relação a ticket, não teremos mudanças disruptivas no ticket. Obviamente, não posso – por questões de *compliance* de não

podemos prover *guidance* para vocês – falar a dinâmica de ticket da safra de captação 2018-1, mas o que eu posso garantir é que não tem mudanças disruptivas do que foi praticado historicamente.

Diria que continuaremos praticando a mesma toada de 2017-1 para 2018-1. Mais uma vez, lembrando o nosso compromisso em relação a quão conservadores nós somos com precificação, e isso ficará muito visível no *earnings release* do 1T18.

Em relação a essa questão da redução do quadro de colaboradores, sem dúvida alguma, é algo que impactará as margens da Companhia. É um ganho de eficiência, mas, mais uma vez fazendo o gancho da questão do *guidance* que é uma política interna nossa, não podemos passar o quanto estamos falando de incremento de margem. Espero ter ajudado.

Thiago Bortoluci:

Obrigado, Pedro.

Gustavo, Bank of America:

Oi, pessoal. Em linha com o que você acabou de falar, Pedro, vocês trouxeram um ganho de margem super relevante nos últimos trimestres, de 6,7 p.p. no ano. Sei que vocês não podem dar *guidance*, mas dentre as inúmeras iniciativas que vocês têm de fusão de campi, aumento de online no EAD, onde vocês ainda veem a maior alavanca em que vocês ainda conseguem gerar eficiência? Obrigado.

Pedro Thompson:

Gustavo, sem dúvida alguma, e essa é uma tônica não só para a Estácio, mas para o setor, acho que o grande desafio do setor em 2018 será *top line*, muito em função da graduação dos alunos FIES, em que sabemos que há uma dinâmica de ticket, não relacionada a precificação, mas relacionada a *mix*, bem diferente dos alunos *out-of-pocket*.

Então eu diria que *top line* será um desafio para o setor como um todo. Quem tem uma dependência maior do FIES terá esse desafio aumentado, e quem tem uma menor dependência do FIES terá esse desafio de certa forma suavizado. A meu ver, a grande alavanca que o setor tem, especificamente no caso da Estácio, de manutenção ou, no nosso caso, até de uma eventual elevação de margem, sem dúvida alguma, na parte de curso.

Gustavo:

Está bom, obrigado.

Operadora:

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

Pedro Thompson:

Gostaria de agradecer a todos pela participação no nosso *call*. Lembrando que a nossa área de Relações com Investidores estará sempre disponível para atendê-los caso tenham alguma dúvida, e as informações para contato estão disponíveis no nosso website. Espero revê-los na nossa próxima teleconferência do 1T18. Mais uma vez, obrigado e tenham um ótimo dia.

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.”