



D I A D O  
I N V E S T I D O R

# Disclaimer

As informações gerais e resumidas relacionadas às atividades desempenhadas pela Ânima Educação até a presente data não constituem de forma alguma qualquer convite, oferta ou solicitação de compra de ações.

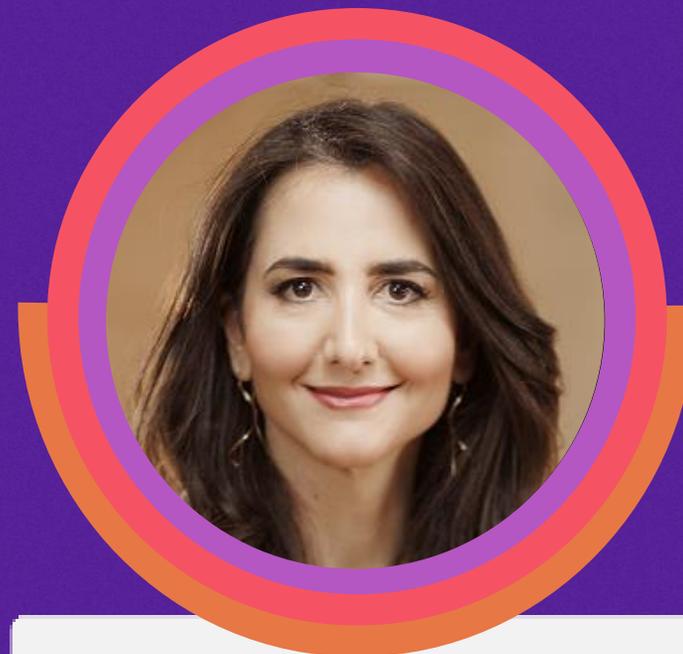
Esta apresentação poderá conter declarações que expressam a mera expectativa dos administradores da Companhia, bem como a previsão de eventos futuros e incertos. Tais expectativas e/ou previsões envolvem riscos e incertezas e não devem servir como base para a tomada de decisão quanto à aquisição de ações da Companhia.



DIA DO  
**INVESTIDOR**

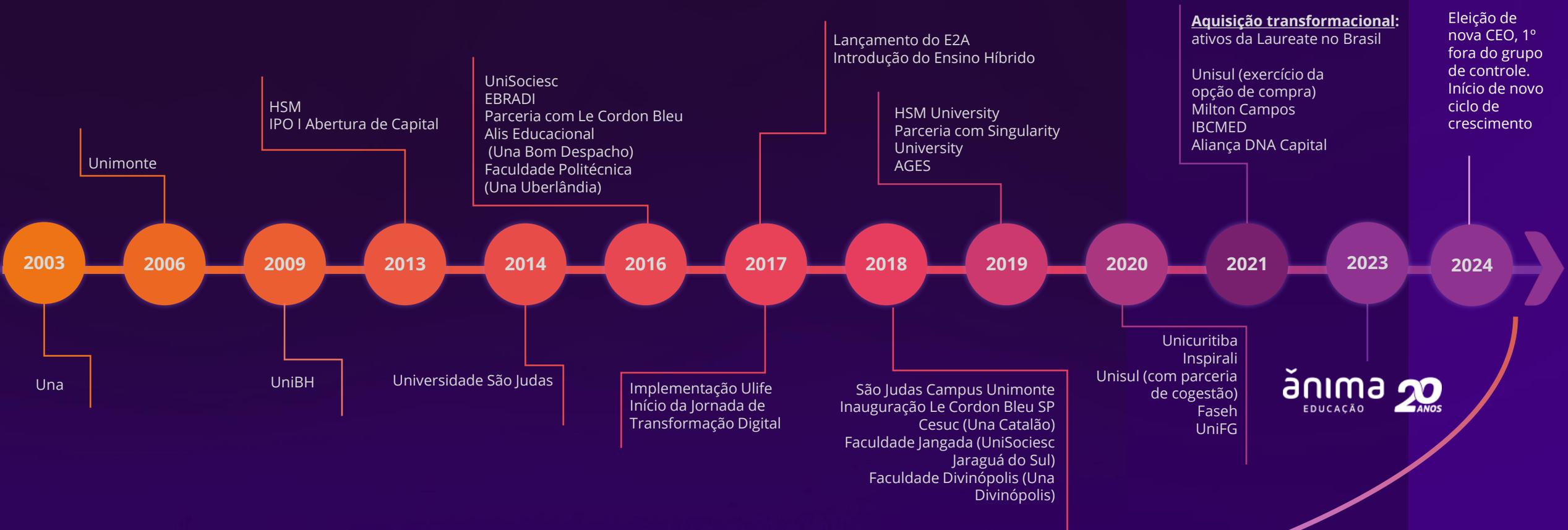


DIA DO  
INVESTIDOR



**Paula Harraca**  
Presidente

# > A história de crescimento da Ânima é feita de ciclos Estamos iniciando o terceiro ciclo de crescimento...



**1ª Onda**

**2ª Onda**

**3ª Onda**

# Nosso propósito

*O que nos move*



Transformar o Brasil  
pela **EDUCAÇÃO**

Foto: Estudantes na UniRitter



## Propósito & Princípios:

Transformar o país pela educação, impactando vidas com educação de qualidade e escala

g e s t ã o

6, 7, 8, 9



2

O ALUNO É O CENTRO DA ESCOLA E O PROFESSOR É A SUA GRANDE **INSPIRAÇÃO**.



4

**CONFIAMOS** EM NOSSAS ESCOLAS E NOSSOS FILHOS ESTUDAM NELAS.

3



A **TECNOLOGIA** É UM DOS PILARES DO NOSSO PROJETO DE TRANSFORMAÇÃO DO PAÍS.

1

**TRANSFORMAR** O PAÍS PELA EDUCAÇÃO É O QUE NOS MOVE.

5



EM UMA ESCOLA ATÉ AS PAREDES EDUCAM. A EDUCAÇÃO ESTÁ EM CADA **INTERAÇÃO**.

e d u c a ç ã o

2, 3, 4, 5



9

ENTREGAMOS O QUE PROMETEMOS, COM **LIBERDADE** NA DISCUSSÃO E **LEALDADE** NA EXECUÇÃO.



8

A ÂNIMA É DA **ÂNIMA**.



7

O RESULTADO NÃO É UM FIM, MAS O MEIO PARA SE CONSTRUIR O **FUTURO**.

6



NOSSOS **LÍDERES** SÃO EMPREENDEDORES.



“O passado nos  
**ensina,**  
o presente nos  
**determina,**  
o futuro nos  
**inspira**”.

## PREMISSAS

*Power to the edges + data-driven*

Ambidestria + foco

União + confiança

*Lean + agilidade*

Amor + limites



## Visão Global

### POTENCIAL NÃO PENETRADO

No **Brasil 23%** da população tem ensino superior, já no **Chile é 41%**



## Stakeholders

Visão regulatória + demandas das empresas + demanda dos locais onde estamos inseridos



## Tendências Locais

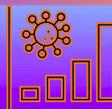
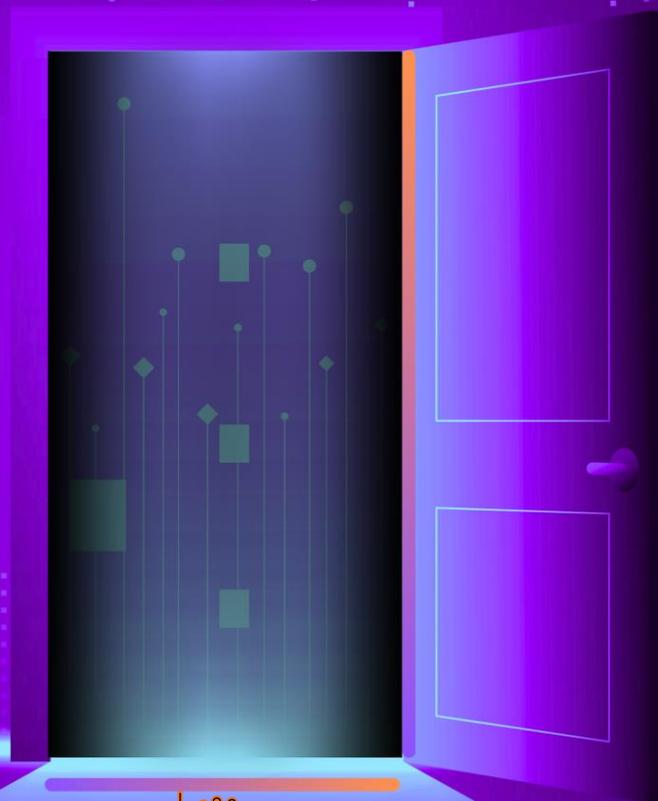
### HIBRIDEZ & QUALIDADE

Acreditamos na hibridez e na qualidade do ensino.

Cursos de **CPC mais alto são mais resilientes.**

Desafios de novas carreiras e novos destinos da renda.

Ânima está num mercado robusto e **estamos preparados para crescer** nas oportunidades que o mercado nos abre



## Mega Trends

### FUTUROS A EXPLORAR

**Oportunidades do agro:** futuro da alimentação e sustentabilidade  
**Creators economy:** 20M de creators no Brasil; sonho de 75% dos jovens.  
**Liberal Arts.** Hospitalidade, Gastronomia, Moda.  
**Bem-estar e saúde mental.**



## Cenário

### Macroeconômico

Apesar de **PIB ter crescido em 7 dos últimos 10 anos**, rendimentos, taxa de desemprego e índice de confiança do consumidor não apresentam melhoria clara, juros se mantem altos.



## Novas Oportunidades

### MERCADOS POTENCIAIS (pós/cursos livres)

Pós-graduação, *lifelong learning*, cursos livres e etc. deve triplicar até 2030

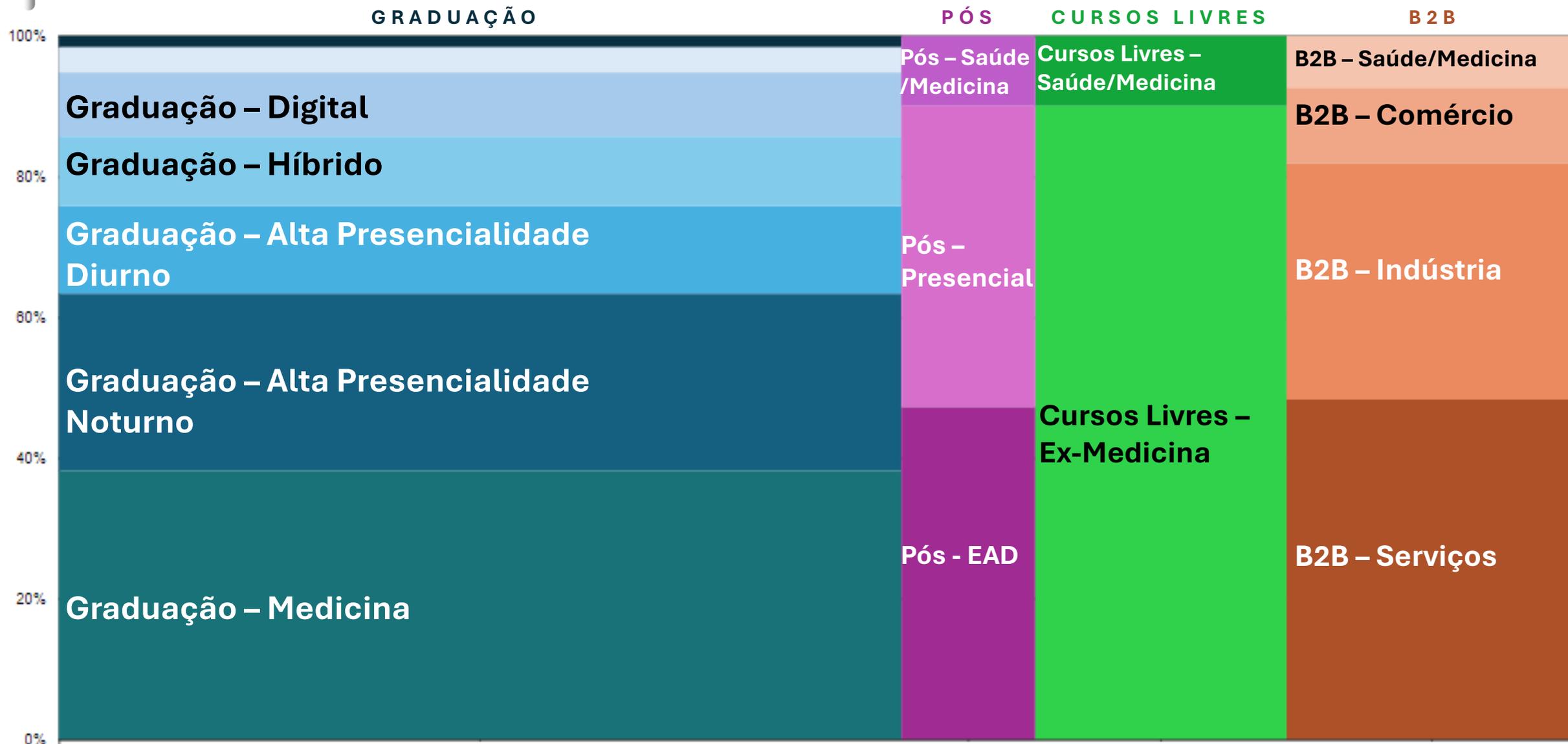


## Nossas Fortalezas

**Marcas & sotaque locais, focos específicos e fortalezas escondidas** como B2B



# Na 3ª onda de crescimento estamos olhando um mercado de aproximadamente R\$100Bi



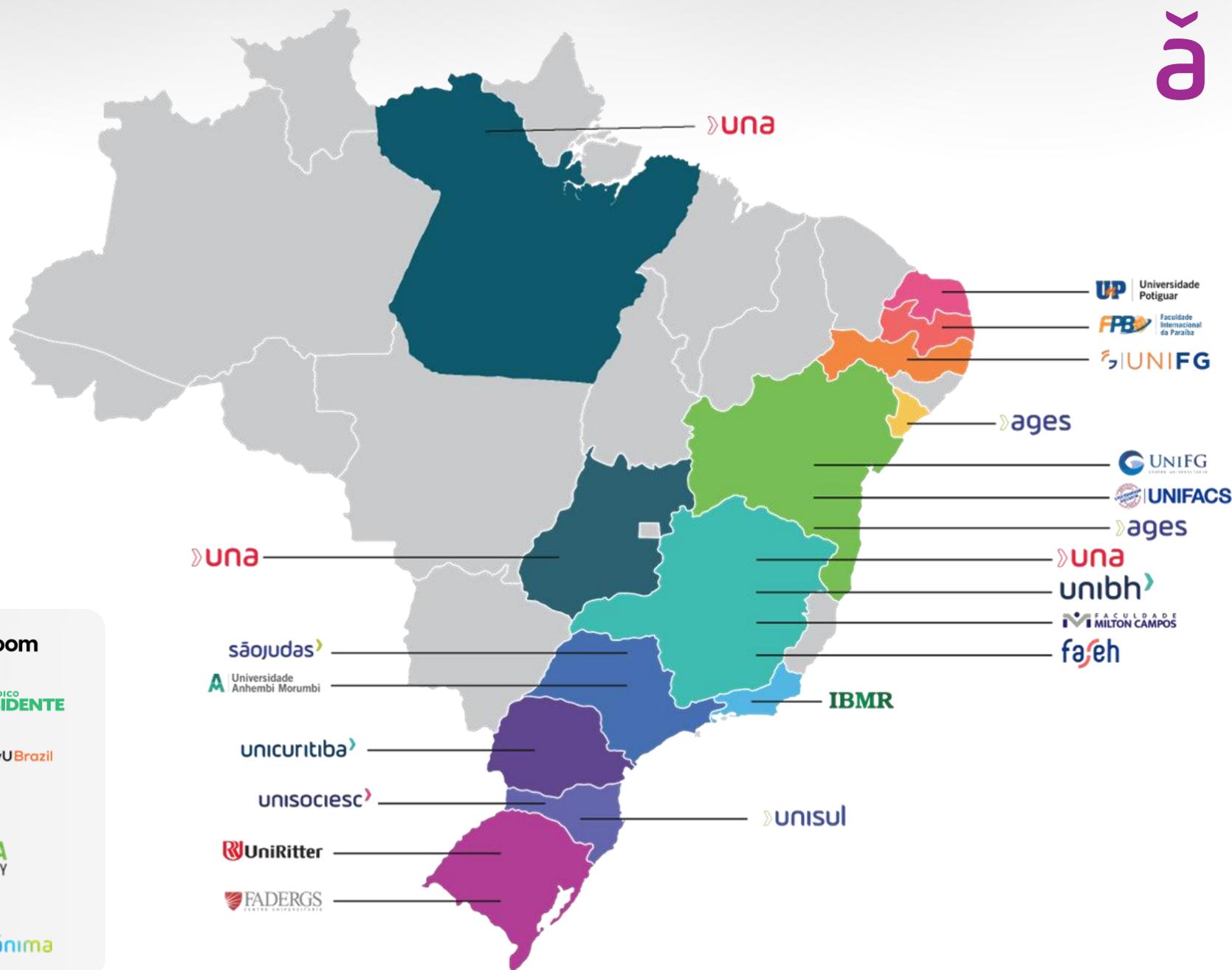
Fonte: Censo 2022, IBGE, SEMESP, Google 2024/2025. Pesquisa Panorama Brasil 2022/2023, Análise inteligência de Mercado Anima

# Temos um PORTFOLIO de MARCAS muito forte e somos especialistas em verticais



**13** estados com operação presencial  
**+ de 25** marcas de educação  
**+ de 380** mil alunos e  
**~ 550** polos em todo país  
**1** instituto

## Marcas Especialistas





Temos marcas  
valiosas que  
**SE DESTACAM**  
em seus mercados



Entregamos educação  
de qualidade que  
**FAZ A DIFERENÇA**  
na trajetória dos  
nossos alunos



## CONHECIMENTO<sup>1</sup>

### Top 3 Top of Mind



## ALCANCE<sup>2</sup>

### Top 3 Mkt Share Ingressantes



## MARKET SHARE<sup>2</sup>

### Top 3 Alunos Totais



## EMPREGABILIDADE<sup>1</sup>

### +80% no Mercado de Trabalho



## QUALIDADE DA INSTITUIÇÃO<sup>2</sup>

### Conceito Institucional 5





Nossa vocação  
sempre foi entregar  
educação **nos mais  
diferentes formatos**  
que são necessários



85% dos alunos  
consideram apenas uma  
modalidade,  
a **Ânima oferece todas**  
as experiências não se  
limitando à modalidade



75

Unidades



550<sup>+</sup>

Polos



1950<sup>+</sup>

Laboratórios,  
Cozinhas, Salas  
de Atendimento,  
Salas de  
Audiência, etc





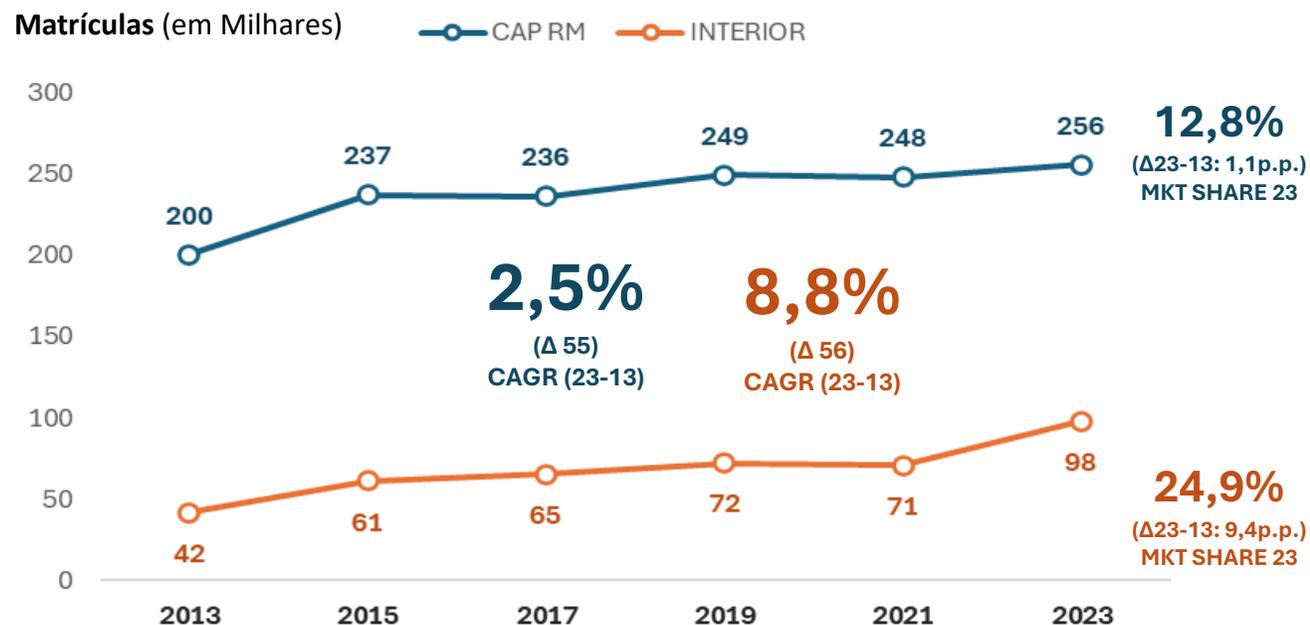
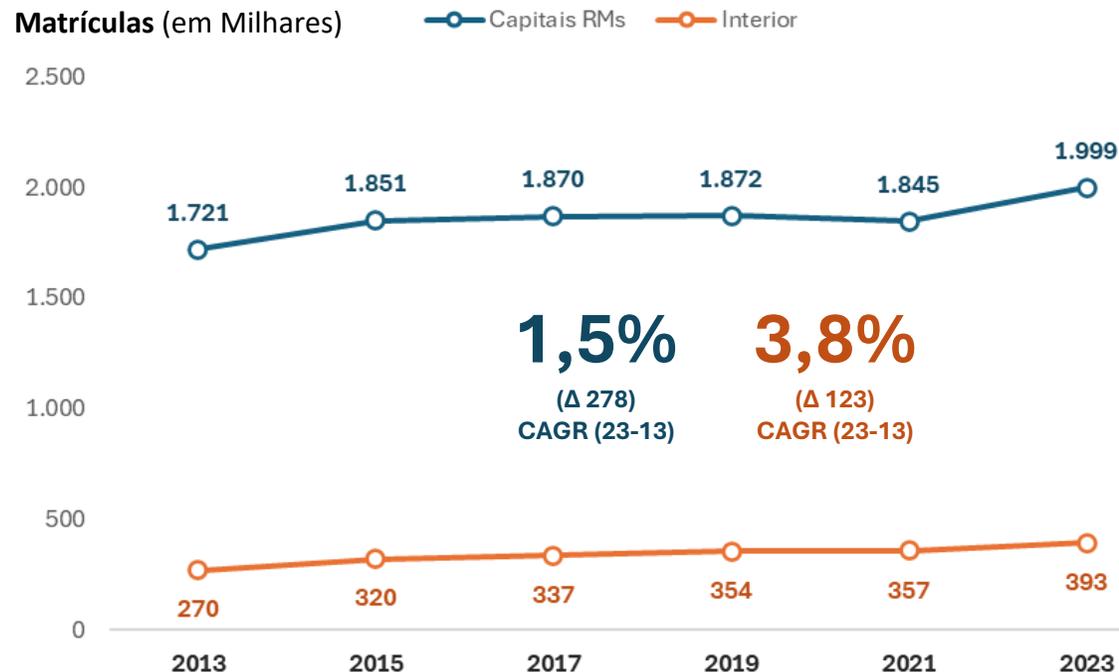
# Crescemos onde o Brasil mais precisa, com forte presença no interior, onde o mercado cresce de forma acentuada



Exemplo: Base de alunos Ânima na área de Agrárias representa 8% da base nacional, enquanto na soma de todas as outras áreas representa 4% na base nacional

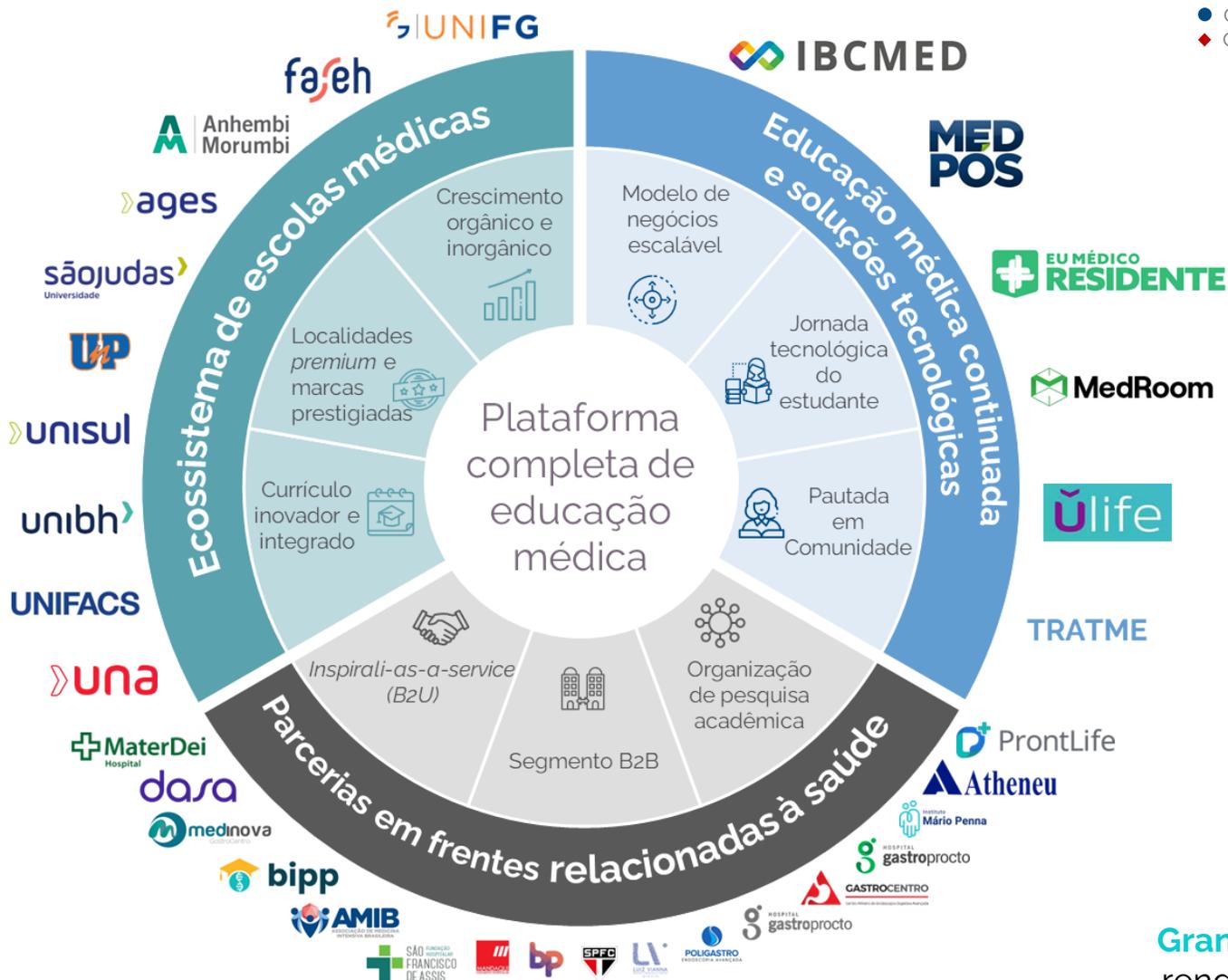
O interior cresce mais do que o dobro das capitais e RMs...

A Ânima apresenta um crescimento do interior ainda mais acentuado

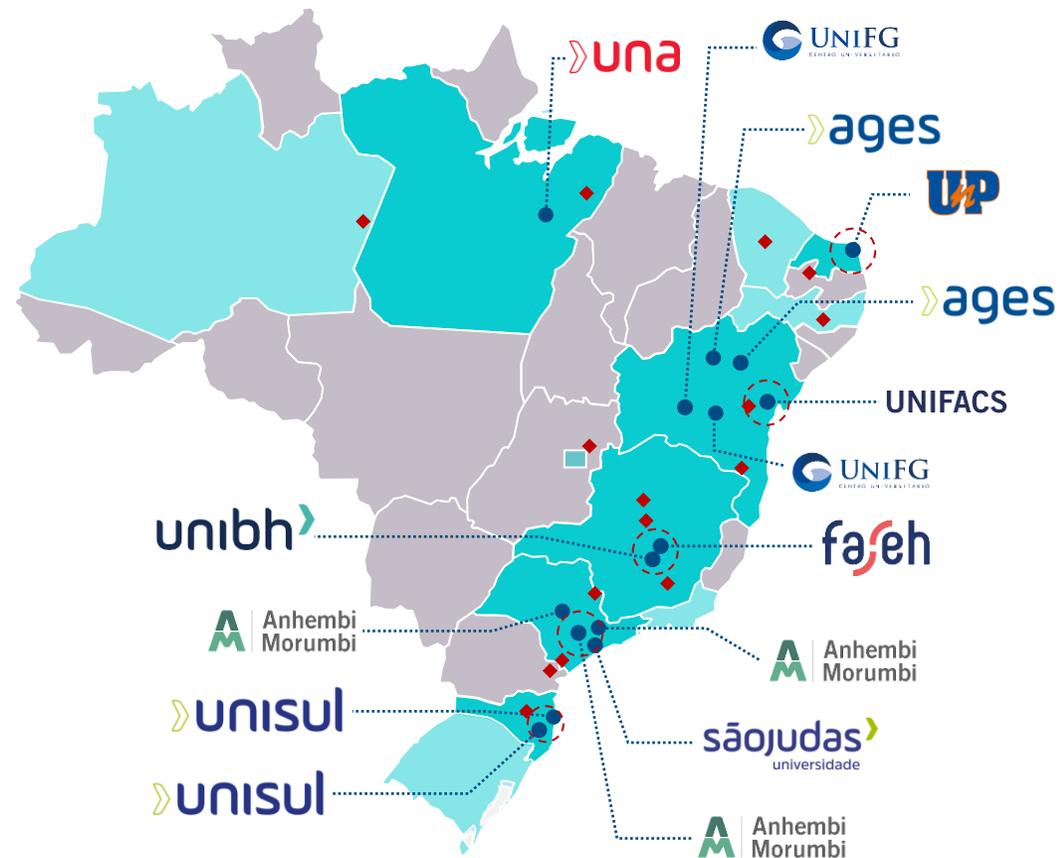


Inspirali: forte presença em toda a jornada de **Lifelong Learning** do médico...

...com um portfólio resiliente e de **alta qualidade** com marcas e localidades premium



- Regiões metropolitanas das capitais
- Cursos de graduação médica
- Cursos presenciais da EMC



**Grande rede privada de vagas de medicina** nas localidades de maior renda per capita das regiões Sul, Sudeste, Norte e Nordeste do Brasil



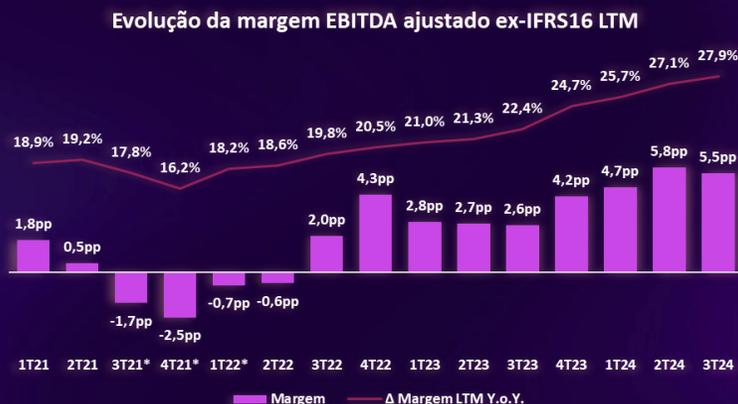
DIA DO  
INVESTIDOR



**Átila Simões**  
VP Finanças e Suprimentos

Nosso track record nos permite crescer

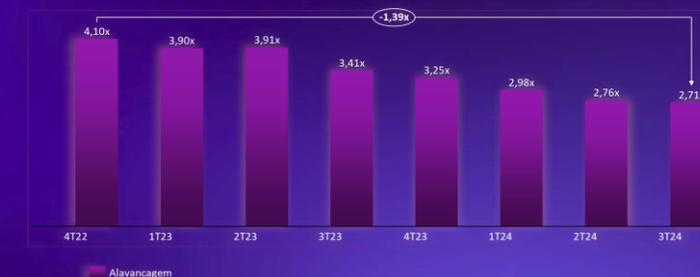
# Solidez de resultados para que o foco seja no crescimento sustentável da receita



Conclusão da integração das IES Laureate levou a Anima a elevado patamar de eficiência operacional



Que associado à disciplina de uso de capital de giro, eficiência em CAPEX e gestão de passivos bancários tem produzido consistente geração de caixa



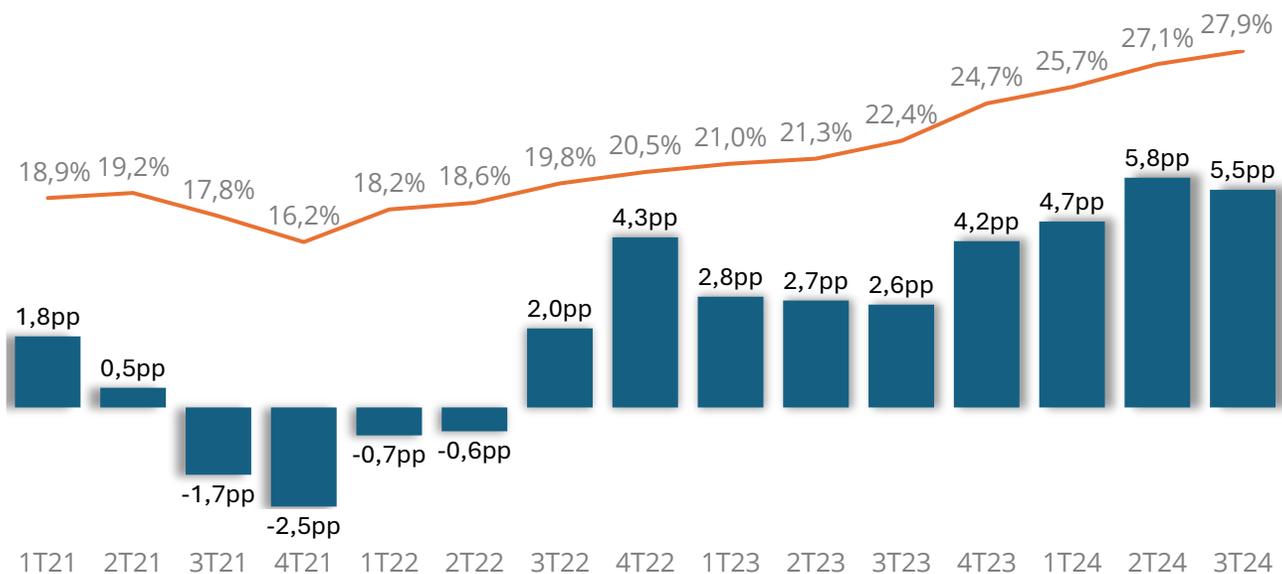
Colocando a Companhia em sólida trajetória de desalavancagem orgânica, permitindo que o foco volte à ser o crescimento sustentável da receita

# Conclusão da integração das IES Laureate levou a Anima a elevado patamar de **eficiência operacional**

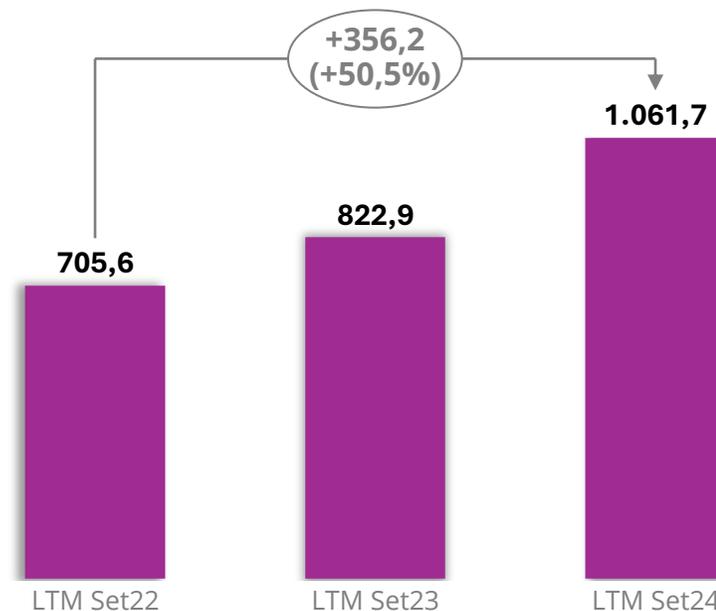
11 trimestres consecutivos de ganhos de margem

Crescimento de 50,5% de EBITDA em 2 anos

Evolução da margem EBITDA ajustada ex-IFRS16 LTM

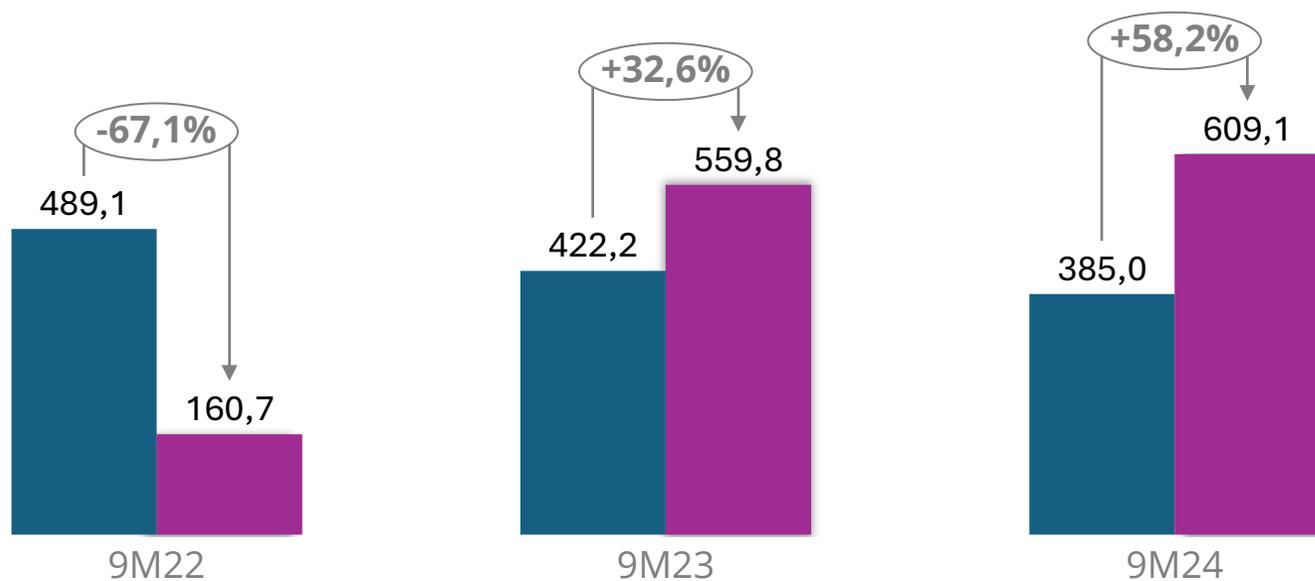


— Margem EBITDA ajustada LTM    ■ Variação da margem LTM YoY



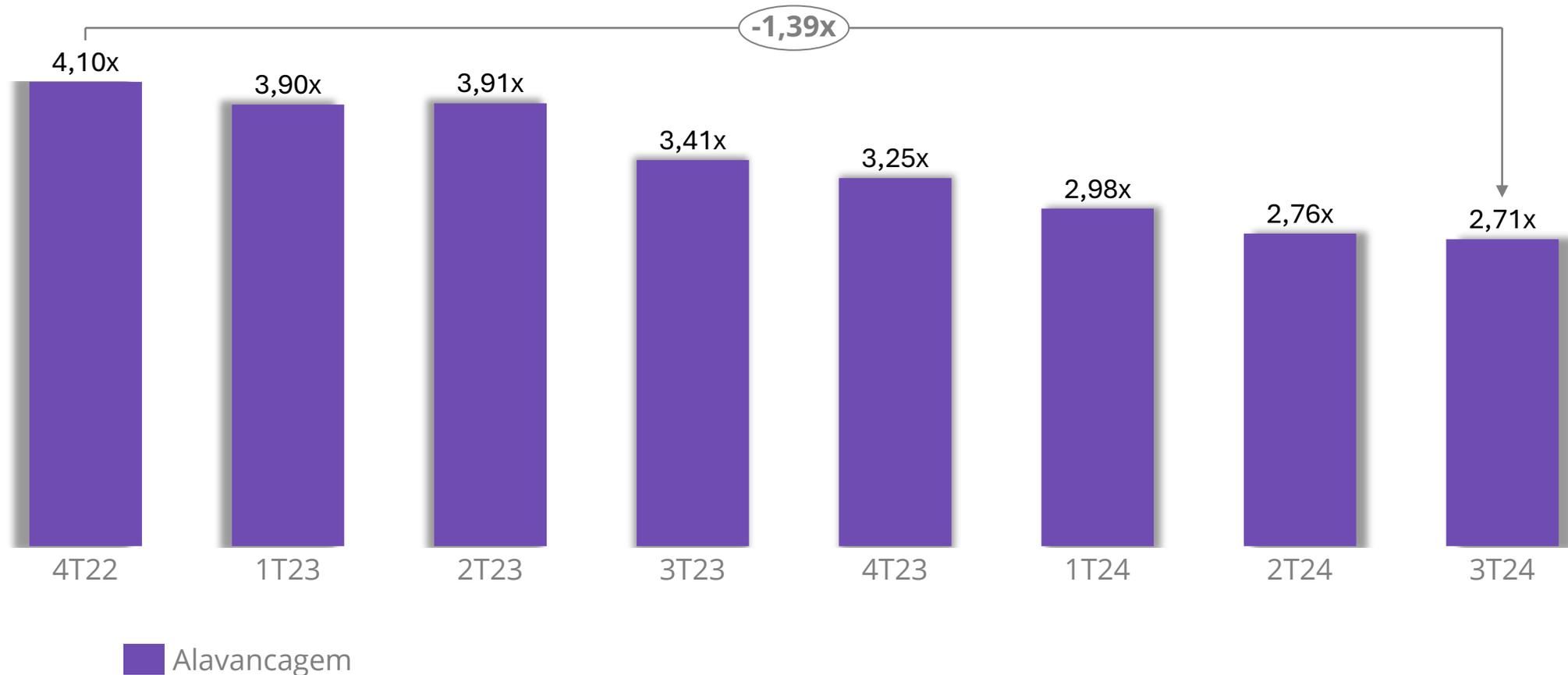
■ EBITDA (R\$ milhões)

Disciplina de uso de capital de giro, eficiência em CAPEX e gestão de passivos bancários tem contribuído para **consistente geração de caixa**



■ Juros provisionados e MTM  
■ EBITDA (-) CAPEX (-) WK

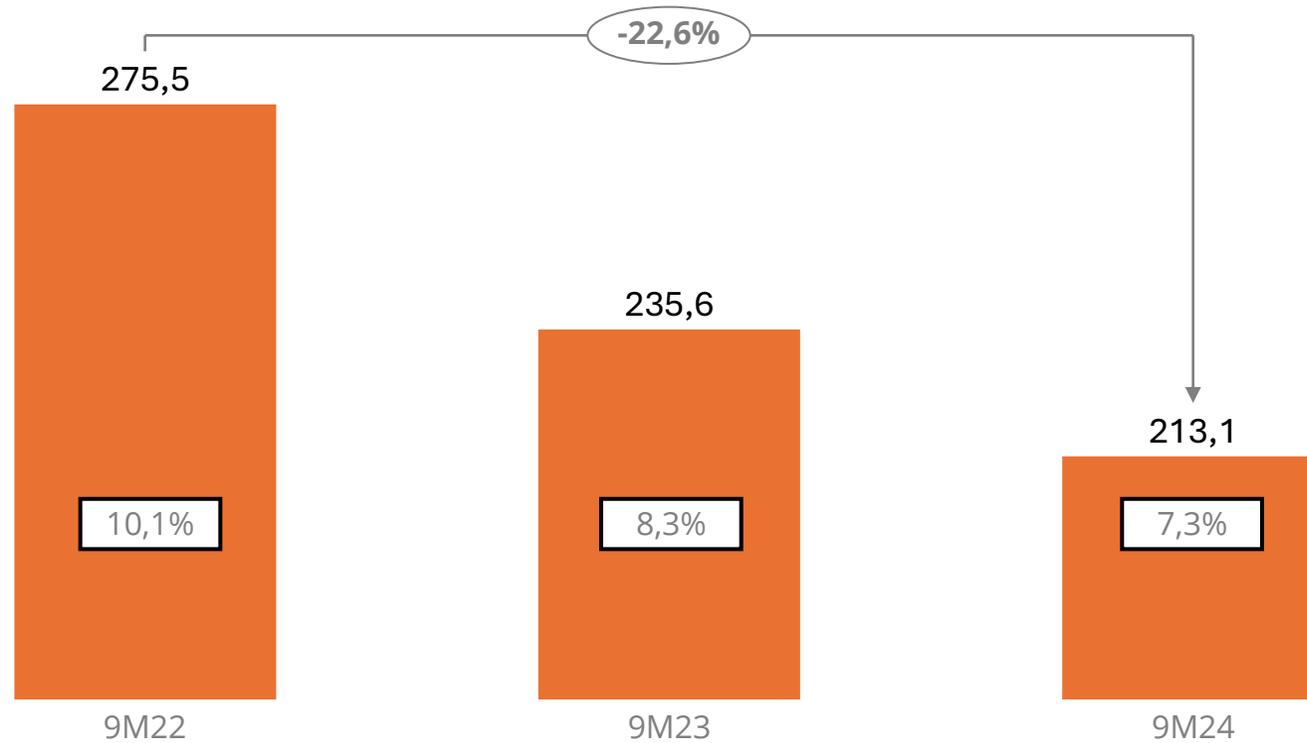
Sólida trajetória de **desalavancagem** orgânica permite que o foco volte à ser o **crescimento sustentável da receita**



Fortalecendo a cultura de eficiência  
para **alavancar expansão de margens**



### Despesas Corporativas



■ R\$MM

□ % da receita líquida consolidada



D I A   D O  
**I N V E S T I D O R**

Nossa  
ambição é  
mais ampla

# SERMOS O MELHOR ECOSSISTEMA DE EDUCAÇÃO PARA O BRASIL



**ENTREGANDO MAIS VALOR SUSTENTÁVEL** PARA OS ESTUDANTES, PROFESSORES, EMPRESAS, SOCIEDADE E RETORNO AO ACIONISTAS

**V2A Vamos Dobrar a Ânima\***

â  
AMBIÇÃO

## CORE & NOVAS AVENIDAS

Crescer core com diferentes modelos

Crescer em novos formatos e modalidades

Criar conexões e novos negócios

## INSPIRALI

Continuar crescendo em medicina

**Através de uma estratégia clara e compartilhada**

n  
ORTE

Continuar ganhando eficiência e gerando caixa

Gerenciar de forma eficiente nosso portfólio de negócios

**Disciplina financeira nas nossas escolhas**

l  
NTENCIONALIDADE

Ser a escolha acadêmica do aluno e docente

Melhorar o serviço a todos

Usar a tecnologia como viabilizador

**Qualidade e excelência acadêmica e de serviços é a nossa essência**

m  
ÉTODO

Marcas valiosas

Força do ecossistema

Olhar para futuros

Equipe de alto desempenho

Cultura, princípios e práticas

**Recursos não replicáveis**

a  
LMA

\*V2A - Vamos dobrar a Anima representa a ambição de nosso projeto estratégico. Não representam compromissos, nem projeções, nem tampouco apontam prazos para que se concretizem, devendo ser entendidas tão somente como um representativo de ambição de evoluir.

Marcas Especialistas e Instituto Ânima



**Guilherme Soárez**  
Presidência



**Reynaldo Gama**  
Presidência



**Daniele Paz**  
Diretoria Executiva



**Paula Harraca**  
Presidência



**Bernardo Sebastião**  
Estratégia, Inovação e PMO



**João Batista**  
Procuradoria Geral



**João Rezende**  
Compliance, Auditoria e Riscos

Business



**Abilio Gomes**  
Operações das Marcas



**Daniel Bulgueroni**  
Vendas e Marketing



**Rogério Loureiro**  
Operação Nacional e Growth



**Rafael Ciccarini**  
Conexões e Novos Negócios



**Janes Fidélis**  
Acadêmico

Viabilizadores



**Rodrigo Rossetto**  
Soluções e Processos



**Átila Simões**  
Finanças e Suprimentos



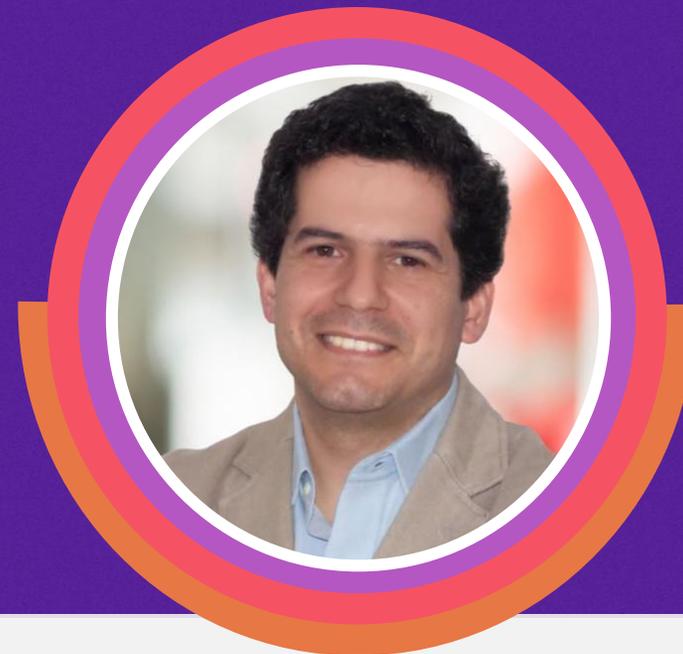
**Karen Ramirez**  
Pessoas, Cultura e ESG



**Bruno Henrique**  
Tecnologia e Mindset Digital



DIA DO  
INVESTIDOR



**Bernardo Sebastião**

VP Estratégia, Inovação e PMO

Ambição & Capacidade de execução

# SERMOS O MELHOR ECOSSISTEMA DE EDUCAÇÃO PARA O BRASIL



ENTREGANDO MAIS VALOR SUSTENTÁVEL PARA OS ESTUDANTES, PROFESSORES, EMPRESAS, SOCIEDADE E RETORNO AO ACIONISTAS

ã  
n  
l  
m  
a

COMISSÃO

FORTE

INTENCIONALIDADE

MÉTODO

ALMA

## CORE & NOVAS AVENIDAS

## INSPIRALI

Crescer core com diferentes modelos

Crescer em novos formatos e modalidades

Criar conexões e novos negócios

Continuar crescendo em medicina

Continuar ganhando eficiência e gerando caixa

Gerenciar de forma eficiente nosso portfólio de negócios

Ser a escolha acadêmica do aluno e docente

Melhorar o serviço a todos

Usar a tecnologia como viabilizador

Marcas valiosas

Força do ecossistema

Olhar para futuros

Equipe de alto desempenho

Cultura, princípios e práticas



Até o momento temos **18 frentes estratégicas** em execução, sendo:  
10 crescimento, 3 abraçando o futuro, 3 experiência & qualidade e 2 voltadas a eficiência



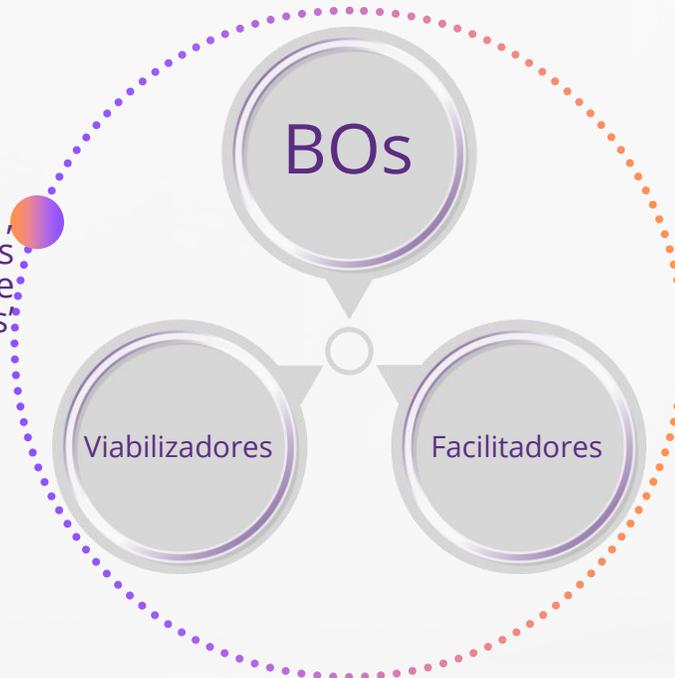
Governança Multidisciplinar Tática e Operacional

Ambidestria  
& Foco



Frentes Estratégicas

Cadências (S/Q),  
Fatos, Dados,  
Avanços, Vitórias e  
Aprendizados



União+  
Confiança



Comex



**Continuar crescendo em Medicina**



**Crescer no Core com diferentes modelos**



**Crescer em novos formatos, modalidades e novos negócios**



**Ser a escolha acadêmica do aluno e docente**



**Melhorar o serviço a todos com tecnologia (high tech/high touch)**



DIA DO  
INVESTIDOR



**Guilherme Soárez**  
Presidente Inspirali

Continuar crescendo na Educação Médica



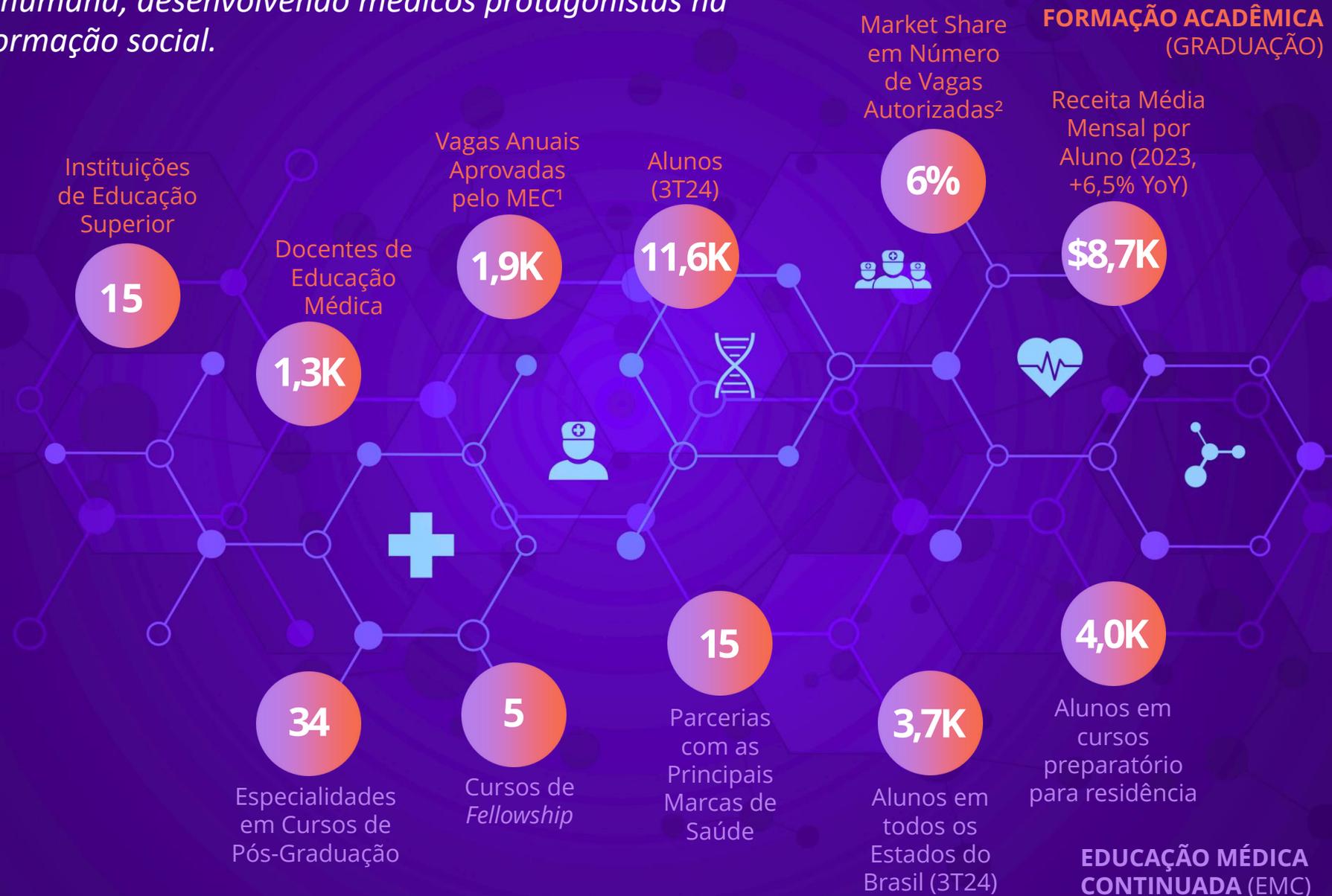
*Inspirar o amor pela vida, por meio de uma educação médica transformadora, centrada no cuidado integral da saúde das pessoas.*

# Somos Movidos por uma Visão

Estabelecer a Inspirali como a melhor experiência de ensino médico de vanguarda do país com visão de integralidade no cuidado da saúde humana, desenvolvendo médicos protagonistas na transformação social.



- Plataforma "pure play" de **educação** médica com presença em toda a **extensa jornada de ensino** do profissional médico (*Life Long Learning*)
- **Portfolio resiliente e de alta qualidade** com marcas e localidades premium
- Track-record de entregas de resultado, **com relevante crescimento futuro já contratado**
- **Time experiente e forte governança** suportados por **um dos maiores conglomerados educacionais no Brasil**



**Flywheel** de  
Crescimento e  
Diferenciação da  
Inspirali Frente  
ao novo  
Contexto de  
Mercado

**Expansão da  
Graduação** através  
do número de vagas e  
escolas

Evolução contínua na  
**Qualidade & Diferenciação**  
dos nossos programas  
acadêmicos

**Fortalecimento  
da Educação  
Médica  
Continuada**  
dentro da trilha  
de *Lifelong  
Learning* da  
carreira médica

Estratégias de Atração  
para garantir os  
**melhores e mais  
vocacionados alunos**  
para a Medicina





**Inovação  
Inspirali**

*Metodologia, Docência, Conteúdo,  
Tecnologia e Humanização*

**TECNOLOGIA E  
INFRAESTRUTURA**

**MEANINGFUL LEARNING  
NA PRÁTICA**

**INTERDEPENDÊNCIA E  
INTEGRALIDADE**

**- DIFERENCIAÇÃO +**

Cuidado com nossos alunos e com a sociedade promove uma atuação médica humanizada de forma prática



Centros Integrados de Saúde (CIS)

**CIS** são postos de atendimento com infraestrutura física de ponta construídos anexos às nossas Universidades, onde são realizados atendimentos gratuitos à população da região, possibilitando a prática constante dos nossos alunos com excelência.

14

Centros

4300

Profissionais de Saúde

140k

Novos Pacientes

195k

Agendamentos





Organizamos **Missões voluntárias** visando melhorar as condições de saúde e saneamento de **comunidades de alta vulnerabilidade social**, enquanto fortalecemos nosso objetivo de formar não apenas bons profissionais, mas também grandes seres humanos



## MISSÃO AMAZÔNIA



 **8**  
MISSÕES  
DESDE 2022

 **30**  
ESTUDANTES  
POR MISSÃO

 **~845**  
PACIENTES  
POR MISSÃO

 **~695**  
ATENDIMENTOS  
POR MISSÃO

 **42**  
COMUNIDADES  
VISITADAS<sup>1</sup>



## MISSÃO ÁFRICA



 **1<sup>a</sup>**  
MISSÃO  
EM 2024

 **30**  
ESTUDANTES

 **1.825**  
PACIENTES

 **12**  
PROFISSIONAIS  
DE SAÚDE

 **10**  
ALDEIAS  
VISITADAS



## MISSÃO JEQUITINHONHA



 **1<sup>a</sup>**  
MISSÃO  
EM 2024

 **30**  
ESTUDANTES

 **~1.000**  
PACIENTES

 **~593**  
ATENDIMENTOS

 **4**  
MUNICÍPIOS  
VISITADOS

Cuidado com nossos alunos e com a sociedade promove uma atuação médica humanizada de forma prática



## Angatu

é uma plataforma especializada em prevenção, orientação e cuidado em saúde mental. O programa foi idealizado e desenvolvido por psiquiatras do BIPP (Instituto Brasileiro de Farmacologia Prática), com a **missão de transformar e fomentar a cultura da saúde mental no ambiente do ensino superior.**



Iniciativas de Saúde Mental

6700

Alunos Matriculados

2000

Agendamentos

112

Guardiões Estudantis por Semestre (4 duplas por IES)

# Graduação: investimento em qualidade e entrega de valor para os alunos

## Evoluímos o programa de educação médica ao longo dos anos, buscando entregar formação de excelência

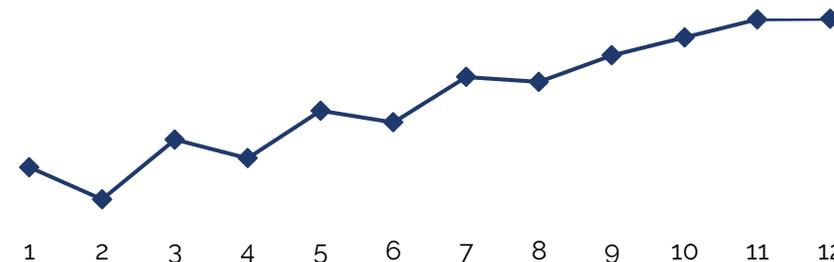
- **Períodos curriculares integrados** garantem padronização na qualidade do curso, enquanto permite algumas customizações com base em demandas regionais
- **Atividades práticas desde o início do curso** preparam melhor o aluno
- Capacitação docente contínua nas metodologias de ensino
- Promoção da internacionalização através de parcerias e intercâmbios

## Todas as nossas IES avaliadas pelo INEP possuem notas 4 e 5 no Conceito do Curso (CC)<sup>1</sup>



## Testes de Progresso Individual (TPI)<sup>2</sup>: melhora na nota ao longo do curso, inclusive durante o internato

Nota média histórica do TPI Inspirali por semestre cursado



Engajamento dos alunos (% base alunos)



Inteligência de mercado com base em dados nos permite a atração de alunos com perfil e características demográficas adequadas ao desafio de estudar Medicina

## Personas Inspirali



Uma estratégia de Atração que busca com precisão os melhores candidatos vocacionados para a Medicina em que acreditamos  
**Estratégia SNIPER**



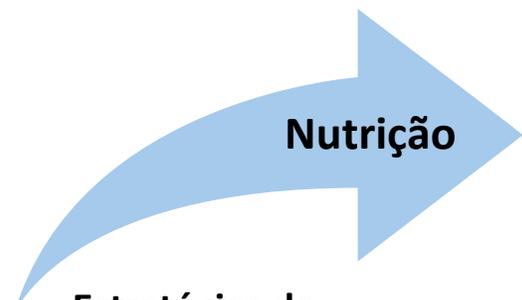
**Atração**

**Estratégias de Obtenção de Dados:**

1. Programa de Escolas e cursinhos
2. MedDay nas IES
3. Data Scraping



**Portal Inspira**



**Nutrição**

**Estratégias de Aceleração do Funil:**

1. Mídia Performance
2. Atendimento Presencial e Digital
3. Visitas Guiadas nas IES



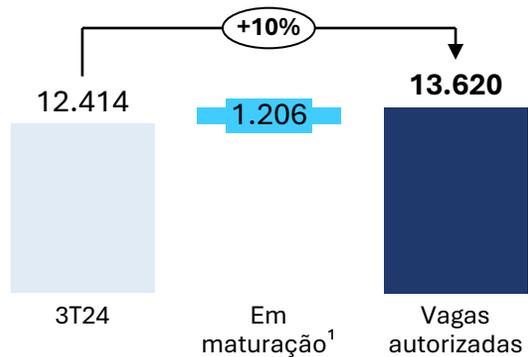
**Maria, 17 anos | UnP**

# Diversas avenidas de crescimento para expandirmos nossa atuação na formação acadêmica médica



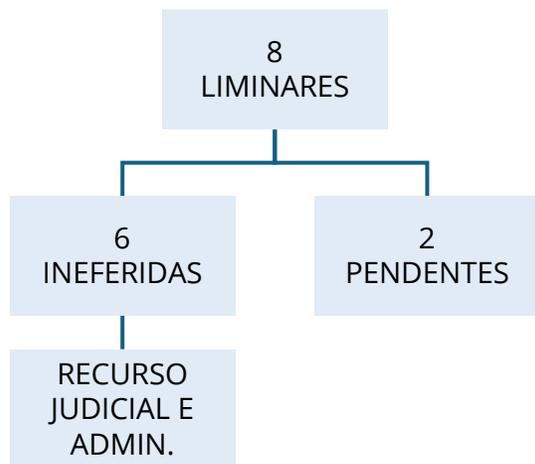
## Maturação e expansão dos cursos existentes

- Vagas autorizadas com 10% de assentos em estágio de maturação (número de alunos)



- Potencial de adição de novas vagas em até 30% das vagas atuais (Port. Reg. de set/2023)

## Adição de novas vagas de graduação através de Liminares



## Posicionamento no 3º Edital do Mais Médicos

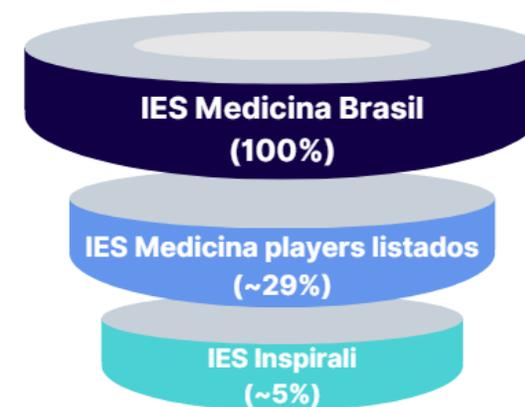
Até 95 licenças para novas escolas médicas privadas com 60 vagas cada, totalizando 5.700 novas vagas em 1.700 municípios pré-aprovados

**Inspirali submeteu 23 propostas (potencial de adicionar até 1.380 vagas)**

Cronograma oficial: homologação do resultado final em mai/2025

## Oportunidades inorgânicas

Mercado extremamente pulverizado



# Educação Médica Continuada (EMC): plataforma robusta de cursos em toda a jornada de educação médica em TAM de ~R\$3bi



## IBCMED: robusta plataforma de educação médica de pós-graduação



Cursos em **34 especialidades** médicas, em particular, pediatria, G&O, endocrinologia e psiquiatria

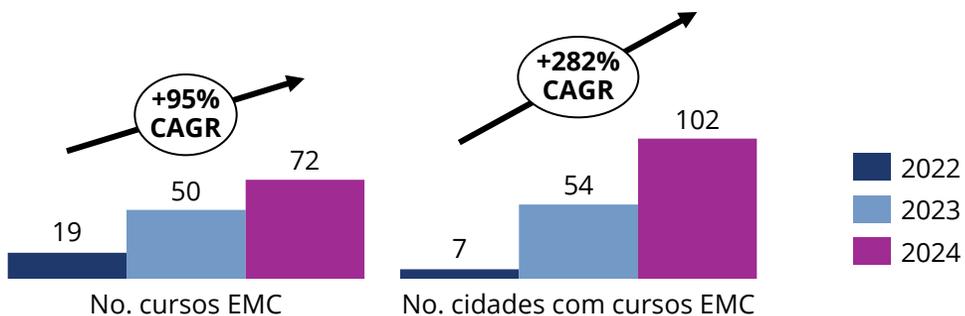


**+3.200 alunos ativos em 2023** (em cursos presenciais, EAD e híbridos) e **+7.900 médicos formados** ao longo da sua história

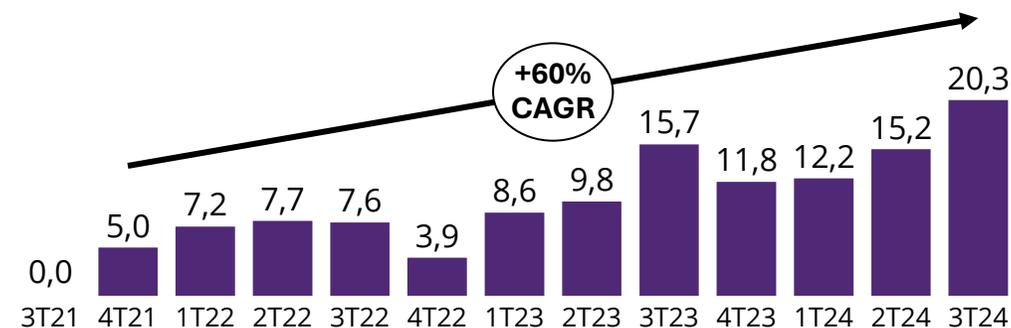
## Parcerias: acesso às práticas de excelência das principais marcas de saúde



### Criação de novos cursos e expansão geográfica



### Receita líquida histórica da EMC (R\$ mm)



# EU MÉDICO RESIDENTE (“EMR”): time com mentalidade empreendedora se junta à Inspirali, acrescentando 33% de receita à EMC com altas taxas de crescimento



## Fundadores



**Aline Barros**  
Oftalmologista  
CPO



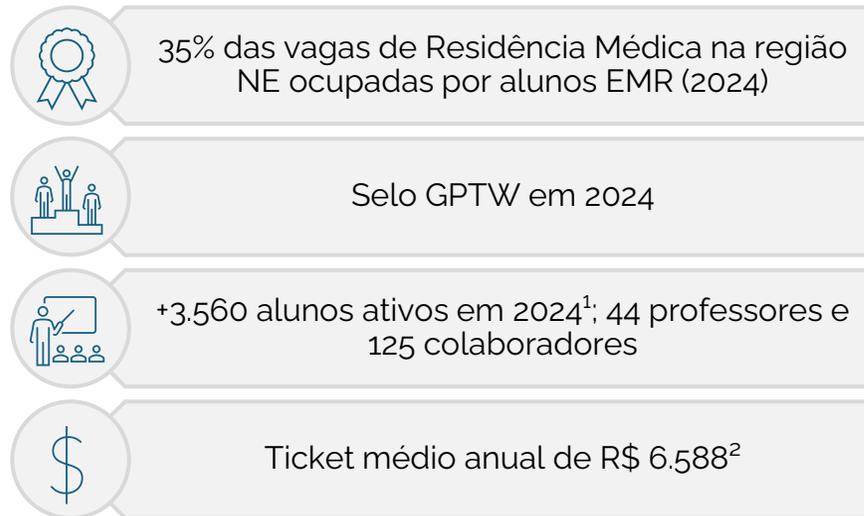
**Bruno Kosminsky**  
Nefrologista  
CEO



**Heitor Medeiros**  
Cardiologista  
COO



## Destaques operacionais

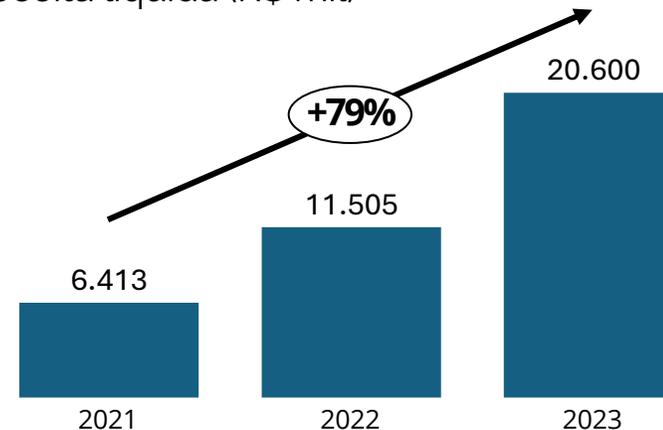


## Visão Geral da Companhia

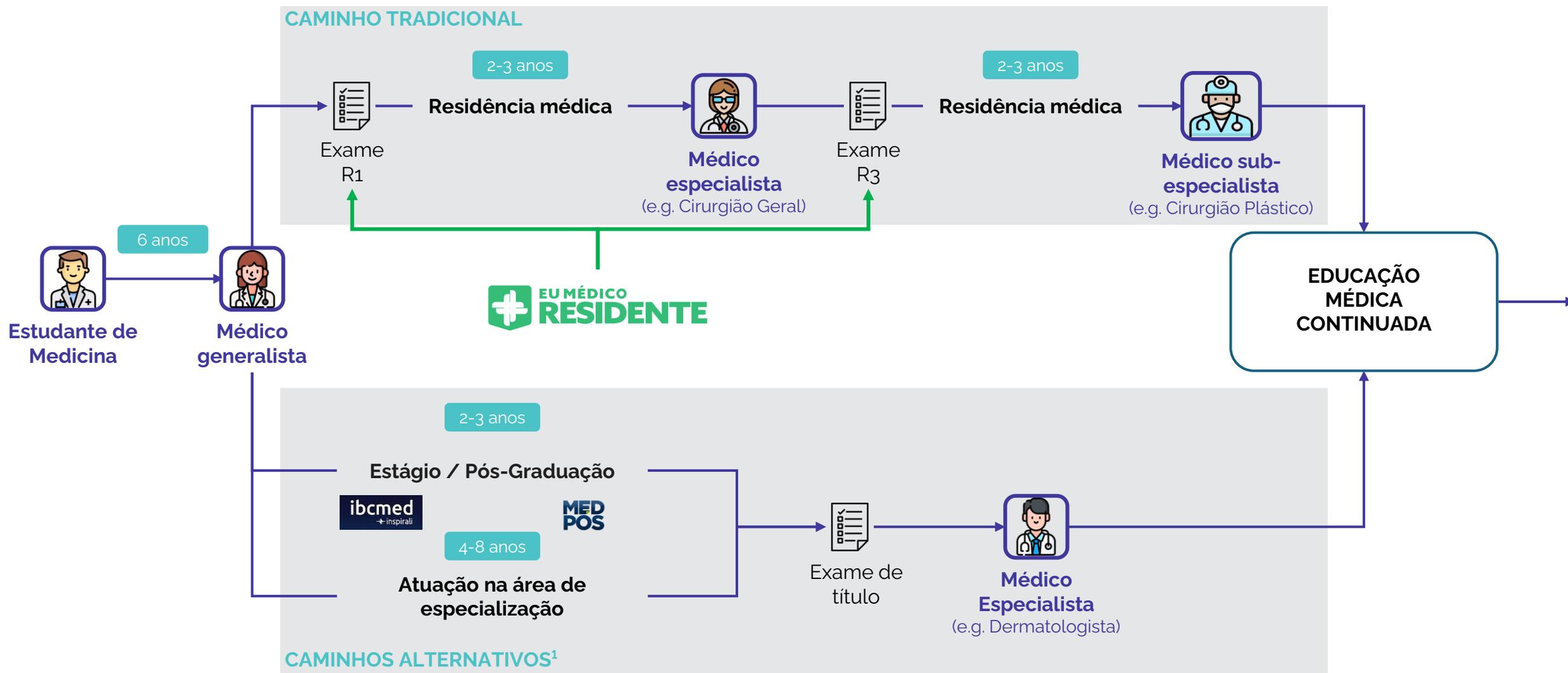
- ✓ **Fundada em 2019**, inicialmente focada na prova regional de Pernambuco;
- ✓ Posicionamento estratégico com **foco em eficiência no preparo para provas através de tecnologia e conteúdos de qualidade**;
- ✓ Metodologia com estudo direcionado e utilização de inteligência artificial;
- ✓ Plataforma de suporte e consultoria pedagógica para IES de Medicina.

## Performance financeira

Receita líquida (R\$ mil)



# EMR cai como uma luva na estratégia de *lifelong learning* da Inspirali



Fonte: Companhia | Nota: (1) Caminhos alternativos permitem menos possibilidades de especialização versus a residência médica.

# Já nos primeiros anos de nossa história apresentamos grande evolução na governança



# Time de Gestão altamente qualificado e experiente, com estrutura de governança sólida e independente



## Comitê Executivo



**Guilherme Soárez**  
CEO

28 12



**Tiago Moraes**  
CFO

23 3



**José Lúcio Martins**  
Chief Medical Officer

38 6



**Juliana Curvello**  
PMO

22 1



**Felipe Almeida**  
CTO

29 1



**Guilherme Dias**  
Chief Growth Office

18 2



**Karen Burmeister**  
HR

26 11



**Mônica Lopes**  
CMO

20 1



## Conselho de Administração

**Mario Ribeiro**  
DNA CAPITAL  
dasa viveo

**Thayan Hartmann**  
DNA CAPITAL  
viveo

**Marilia Rocca**  
TOTVS HINODE  
Santander

**Eduardo Gouveia**  
alelo multiplus



**Maurício Escobar**  
Chairman  
Anima Educação

**Marcelo Bueno**  
Anima Educação

**Daniel Castanho**  
Anima Educação

● Anos de experiência profissional

● Anos de experiência na Anima / Inspirali

# Inspirali: Liderança em Educação Médica no Brasil



Portfólio sólido com escala, marcas de qualidade e localizações premium

Diferenciais e posicionamento consistente

Tecnologia a serviço da atração do perfil adequado de alunos

*Diversas avenidas de crescimento sustentável*





DIA DO  
INVESTIDOR



**Abilio Gomes**  
VP Operações das Marcas



**Daniel Bulgueroni**  
VP Vendas e Marketing

Crescer no Core com diferentes modelos

# Vamos crescer no Core



## Estratégia

O melhor de nós  
para cada Brasil!

## Principais Avenidas

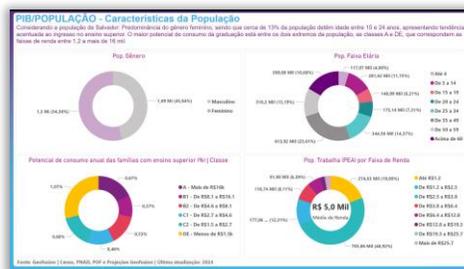
- Clusterização e estratégia diferenciada por marca/Unidade
- *Power to the edge* com sotaque local
- Oferecer a melhor experiência para cada aluno nas diversas praças
- Aprimorar nossa experiência acadêmica
- E outras iniciativas



# Cada marca criou sua estratégia detalhada

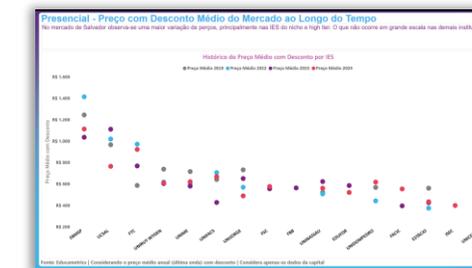
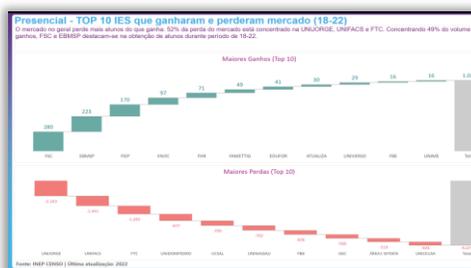
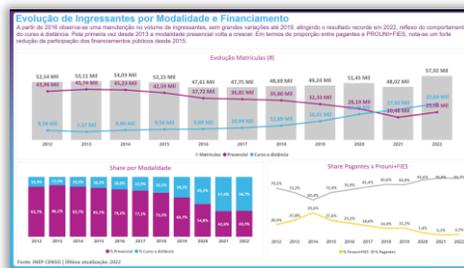
## • DADOS MACROECONÓMICOS

- > PIB
- > População
- > Renda
- > Potencial de consumo
- > ETC



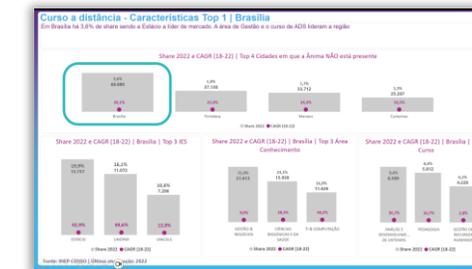
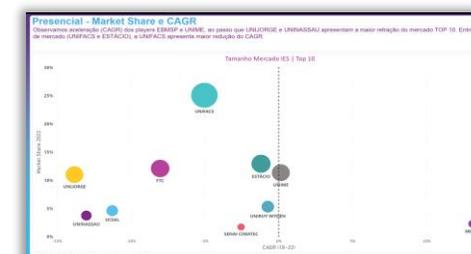
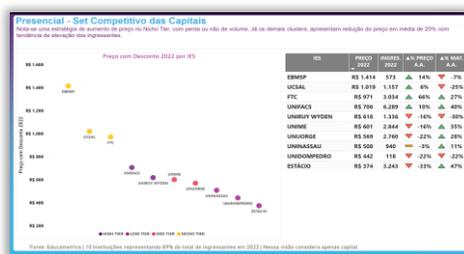
## • ENSINO BÁSICO

- > Origem e Análise Histórica
- > Estoque



## • ENSINO SUPERIOR

- > Evolução de matrícula / modalidade
- > Taxa de crescimento (CAGR)
- > Market Share / Winners e Losers
- > Segmentação
- > Evolução de preço
- > Área do conhecimento





Crescer core  
com diferentes  
modelos

# Vamos crescer no Core



BETIM, MG



▲ 12,5%

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

1º Posição Market  
Share 2023

▼ -5,8%

Mercado: ingressantes  
22 x 23

▲ +1 Delta posição  
2022 x 2023

NATAL, RN



▲ 19,2%

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

1º Posição Market  
Share 2023

▲ 5,8%

Mercado: ingressantes  
22 x 23

- Delta posição  
2022 x 2023

Destaque Especial:



Na praça de Porto Alegre (RS), a Uniritter é a **única IES a ofertar** o curso de **Medicina Veterinária**

Destaque Especial:



Na praça de Itabira (MG), a UNA é a **única IES a ofertar** o curso de **Medicina Veterinária**

ABCD



▲ 72,8%

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

2º Posição Market  
Share 2023

▼ -11,2%

Mercado: ingressantes  
22 x 23

▲ +2 Delta posição  
2022 x 2023

CURITIBA RM



▲ 21,2%

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

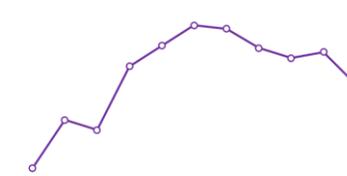
3º Posição Market  
Share 2023

▲ 8,0%

Mercado: ingressantes  
22 x 23

▲ +1 Delta posição  
2022 x 2023

2013 13,4%  
Início do curso CAGR  
(2013-2023)



2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

2020 19,1%  
Início do curso CAGR  
(2020-2023)



2020 2021 2022 2023

# FORTALECENDO AS PONTAS

# Clusterização e estratégia diferenciada por marca/unidade

**A** | Universidade Anhembi Morumbi

unibh›

**RJ** UniRitter

**M** FACULDADES MILTON CAMPOS

unicuritiba›

VOCACIONADAS

›una

sãojudas›

**UNIFACS**

**UP** | Universidade Potiguar

›unisul

unisociesc›

**IBMR**

LÍDERES REGIONAIS

**UNIFG**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

**UNIFG**

**FPB** | Faculdade Internacional da Paraíba

›ages

fajeh

**FADERGS**

QUALIDADE ÚNICA LOCAL



# Temos uma visão diferenciada por marca

## Vocacionadas

**A** Universidade Anhembi Morumbi

**unibh**

**UniRitter**

**FACULDADES MILTON CAMPOS**

**unicuritiba**

## Visão

- Rentabilizar
- Experiencia Única de Serviços
- Cursos Flagships
- Dupla Certificação
- Internacionalização
- Ser a 1a opção de escolha

## Quem é o Aluno

### Anhembi

São jovens, moram na cidade que estudam e vivem com o pais que são os responsáveis pelo pagamento da mensalidade (59%). Parte relevante é da classe A/B (41%), fizeram o ensino médio em escolas particulares (48%) e estudam em cursos integrais(13%) ou no turno diurno (40%). Não possuem trabalhos formais e não precisaram trabalhar antes de iniciar a graduação.

Fonte: Estudo interno “Perfil do aluno 2024”

**unibh**



23.2

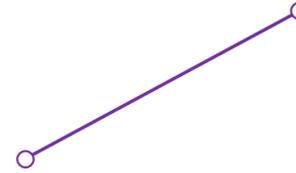
24.2

**Psicologia**  
BELO HORIZONTE  
(MG)

**▲ 9,2%**

Delta Ticket (%)  
23.2 x 24.2

**unicuritiba**



23.2

24.2

**Relações Internacionais**  
MILTON VIANNA FILHO,  
CURITIBA (PR)

**▲ 10,5%**

Delta Ticket (%)  
23.2 x 24.2

# Temos uma visão diferenciada por marca

## Líderes Regionais



## Visão

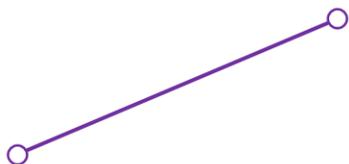
- Rentabilizar em praças maduras
- Crescer em novas praças
- Adequação da oferta nos diferentes posicionamento
- Ser a melhor opção de escolha

## Quem é o Aluno

### Una

São jovens, moram na cidade que estudam e parte relevante não vive com os pais (42%) e é responsável pelo pagamento da mensalidade (56%). Parte relevante é da classe C (56%) e é a primeira geração no ensino superior. (48%). São pessoas que vieram de escolas públicas, possuem trabalhos formais, precisaram trabalhar antes da graduação (69%) e estudam em cursos noturnos (81%).

Fonte: Estudo interno “Perfil do aluno 2024”



**Direito  
CONSELHEIRO  
LAFAIETE (MG)**

**▲ 115,0%**

Delta Matrículas (%)  
23.2 x 24.2

23.2

24.2



**Direito  
BARREIRO,  
BELO HORIZONTE  
(MG)**

**▲ 27,7%**

Delta Tickett (%)  
23.2 x 24.2

23.2

24.2

# Temos uma visão diferenciada por marca

## Qualidade única local



## Visão

- Crescer share e consolidar Liderança
- Portifólio vocacionado
- Ser a única opção de qualidade na praça

## Quem é o Aluno

### Ages

São jovens, não moram na cidade que estudam (61%) e parte relevante não reside com os pais. São da classe D/E (48%), fizeram ensino médio em escola pública, parte é a primeira geração no ensino superior(45%). São pessoas que possuem trabalhos formais, precisaram trabalhar antes da graduação(64%) e estudam em cursos noturnos (69%). A proporção de alunos que pagam a própria mensalidade (45%) é semelhante à de que são os pais os responsáveis pelo pagamento (49%).

Fonte: Estudo interno “Perfil do aluno 2024”



**6º** Posição Market Share 2023

**▲ +1** Delta posição 22 x 23

PORTO ALEGRE RM

**▲ 20,70%**

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

**▲ 2,0%**

Mercado: ingressantes  
22 x 23



**1º** Posição Market Share 2023

**-** Delta posição 22 x 23

PARIPIRANGA, BA

**▲ 40,6%**

Anima: Delta (%)  
ingressantes 22 x 23

**▲ 18,3%**

Mercado: ingressantes  
22 x 23

Como entregar a mensagem ideal para o nosso aluno?

 935

Como se aproximar da realidade local de cada região?

 724



COMO TRAZER  
PERSONALIZAÇÃO  
PARA UM  
ECOSSISTEMA DE  
ENSINO TÃO DIVERSO  
QUANTO O NOSSO?

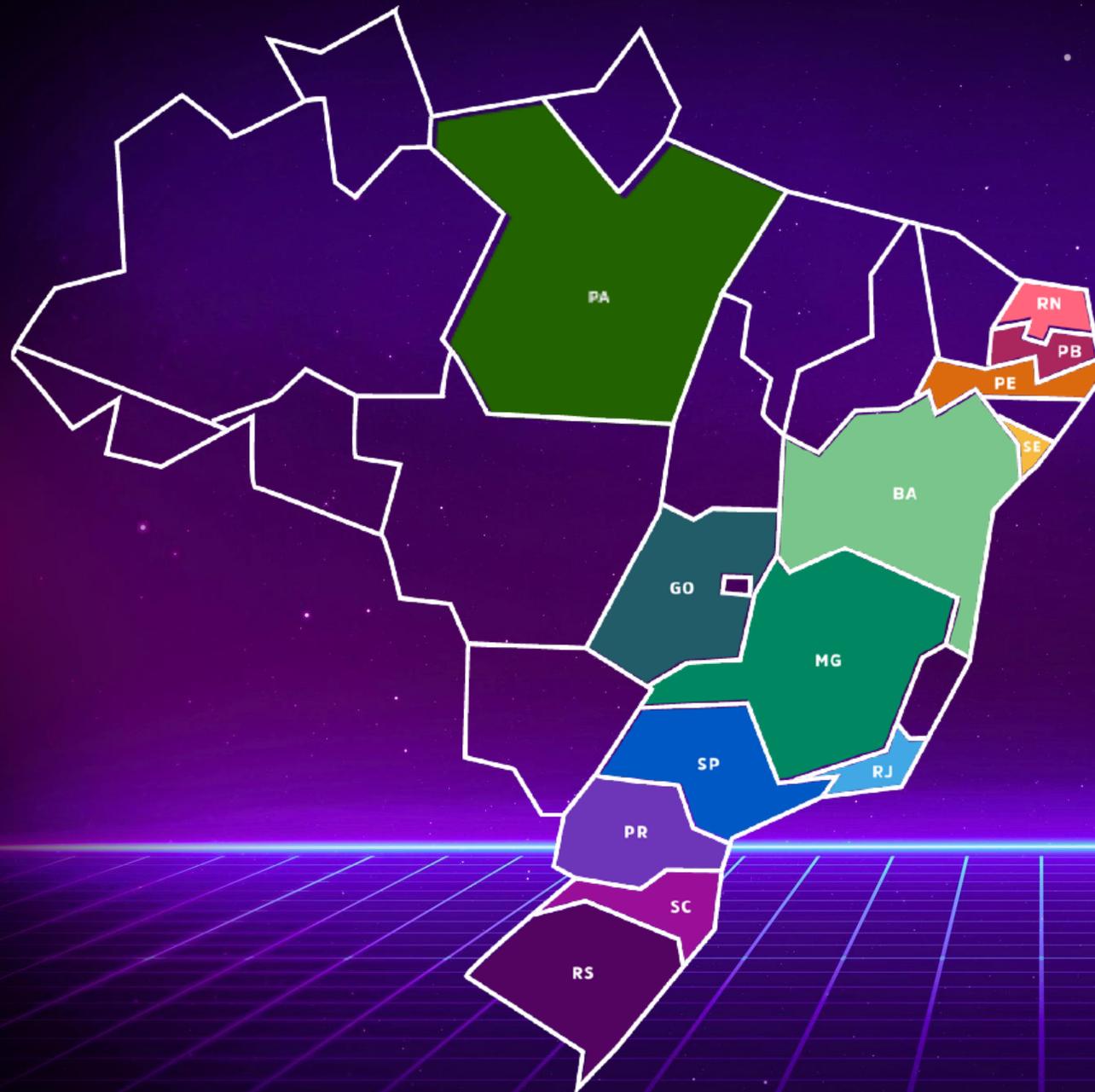


**Como fazer  
isso  
com uma  
agência  
nacional?**

**Precisávamos  
mudar...**

**E mudamos!**

Saímos de 1  
única agência...



## ...para 10 Agências Regionais

<span style="background-color: #f08080; padding: 2px;">RN</span>	UnP	<span style="background-color: #4682b4; padding: 2px;">SP</span>	SÃO JUDAS
<span style="background-color: #800000; padding: 2px;">PB</span>	FPB	<span style="background-color: #4682b4; padding: 2px;">SP</span>	ANHEMBI MORUMBI
<span style="background-color: #ffa500; padding: 2px;">PE</span>	UNIFG (PE)	<span style="background-color: #800080; padding: 2px;">PR</span>	UNICURITIBA
<span style="background-color: #ffa500; padding: 2px;">SE</span>	AGES	<span style="background-color: #800080; padding: 2px;">SC</span>	UNISOCIESC
<span style="background-color: #90ee90; padding: 2px;">BA</span>	UNIFACS	<span style="background-color: #800080; padding: 2px;">SC</span>	UNISUL
<span style="background-color: #90ee90; padding: 2px;">BA</span>	UNIFG (BA)	<span style="background-color: #800000; padding: 2px;">RS</span>	UNIRITTER
<span style="background-color: #008000; padding: 2px;">MG</span>	UNIBH	<span style="background-color: #800000; padding: 2px;">RS</span>	FADERGS
<span style="background-color: #008000; padding: 2px;">MG</span>	UNA		
<span style="background-color: #008000; padding: 2px;">MG</span>	FASEH		
<span style="background-color: #008000; padding: 2px;">MG</span>	MILTON CAMPOS		
<span style="background-color: #008000; padding: 2px;">MG</span>	IBMR		



**Hub de 10  
Agências 360°**



**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

Escolha como entrar na Unisocies e conte com a infraestrutura de ponta do melhor Centro Universitário do Sul do Brasil.

Inscriva-se: [UNISOCIES.COM.BR](http://UNISOCIES.COM.BR)

Seja sua melhor versão

Marina de Oliveira Estudante da Unisocies

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

ESCOLHA COMO ENTRAR NA UNIRITTER E PARTICIPE DE PROJETOS QUE IMPACTAM MILHARES DE PESSOAS NA COMUNIDADE.

Inscriva-se: [UNIRITTER.EDU.BR](http://UNIRITTER.EDU.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

Rafaela Torres Estudante da Uniritter

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

Escolha como entrar na FADERGS e conte com a credibilidade de uma instituição que há 20 anos transforma sonhos em conquistas.

Inscriva-se: [fadersg.edu.br](http://fadersg.edu.br)

TRANSFORME SUA VIDA

Letícia Bovoletto Estudante da FADERGS

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

ESCOLHA COMO ENTRAR NO UNICURITIBA E CONTE COM A CREDIBILIDADE DE UM DOS MELHORES CENTROS UNIVERSITÁRIOS DO PARANÁ.

Inscriva-se: [UNICURITIBA.EDU.BR](http://UNICURITIBA.EDU.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

Eduarda Godinho Estudante do Unicuritiba

**TRANSFERÊNCIA OU NOVA GRADUAÇÃO UNIBH.**

Deixe sua marca no mundo com uma infraestrutura moderna e de alta tecnologia.

Inscriva-se: [UNIBH.BR](http://UNIBH.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

Natalia Stephany Correira Estudante do Unibh

**TRANSFERÊNCIA OU NOVA GRADUAÇÃO**

Aprenda com a infraestrutura mais moderna e inovadora da região.

Acesse: [faseh.edu.br](http://faseh.edu.br)

TRANSFORME SUA VIDA

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM NO UNIBH**

PROFESSORES DE REFERÊNCIA E EXPERIÊNCIAS REAIS EM UMA INFRAESTRUTURA ÚNICA NA CIDADE UNIBH.

Inscriva-se: [UNIBH.BR](http://UNIBH.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

**VESTIBULAR UNIBH 2025**

INFRAESTRUTURA DE ALTA TECNOLOGIA PARA VOCÊ DEIXAR SUA MARCA NO MUNDO.

Prova: 19/10

Inscriva-se: [UNIBH.BR](http://UNIBH.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

Carla Duarte Estudante do Unibh

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM NA FASEH**

Participe de projetos multidisciplinares para você aprender na prática.

Inscriva-se: [faseh.edu.br](http://faseh.edu.br)

TRANSFORME SUA VIDA

Gabriel do Carvalho Estudante da Faseh

**FAÇA TRANSFERÊNCIA OU NOVA GRADUAÇÃO**

Aprenda com experiência prática exclusiva e acompanhamento dos melhores professores.

Inscriva-se: [UNA.BR](http://UNA.BR)

Seja sua melhor versão

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

ESCOLHA COMO ENTRAR NO UNICURITIBA E CONTE COM A CREDIBILIDADE DE UM DOS MELHORES CENTROS UNIVERSITÁRIOS DO PARANÁ.

Inscriva-se: [UNICURITIBA.EDU.BR](http://UNICURITIBA.EDU.BR)

DEIXE SUA MARCA NO MUNDO

Eduarda Godinho Estudante do Unicuritiba

**FAÇA TRANSFERÊNCIA OU NOVA GRADUAÇÃO**

Acelere suas oportunidades em projetos de inovação e empreendedorismo.

Inscriva-se: [IBMR.BR](http://IBMR.BR)

Seja sua melhor versão

**VESTIBULAR IBMR 2025**

ACELERE SUAS OPORTUNIDADES EM PROJETOS DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO.

Prova: 19/10

Inscriva-se: [IBMR.BR](http://IBMR.BR)

Seja sua melhor versão

Thais Siqueira Estudante do Ibm

**VESTIBULAR FASEH 2025**

Aprenda com a infraestrutura mais moderna e inovadora da região.

Prova: 19/10

Inscriva-se: [faseh.edu.br](http://faseh.edu.br)

TRANSFORME SUA VIDA

Thais Carolina Estudante da Faseh

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM**

Estude na UniSul com professores de referência, que proporcionam experiências em projetos reais junto à comunidade.

Inscriva-se: [UNISUL.BR](http://UNISUL.BR)

Seja sua melhor versão

Karolina Bernardes Estudante da Unisul

**VESTIBULAR SIMPLIFICADO OU ENEM NA UNA**

Desenvolva suas habilidades na melhor infraestrutura e com os melhores professores.

Inscriva-se: [UNA.BR](http://UNA.BR)

Seja sua melhor versão

Vitor Gabriel Almeida Estudante da Una

ecossistema  
ânima

**AMO**

Anhembi Morumbi

Aqui, tudo acontece.

**AMO**

**APROVEITAR  
A ESTRUTURA  
INCRÍVEL  
DO CAMPUS  
DA MOOCA  
COM A NOTA  
DO ENEM.**

Sua nota do Enem  
garante vaga na  
Anhembi Morumbi.

Inscreva-se: [anhembi.br](http://anhembi.br)

ecossistema  
ânima

Use a sua  
nota do ENEM  
para ter  
um  
DIPLOMÃO.

inscreva-se:  
usjt.br

Vem pra  
São Judas com ENEM.

Condição exclusiva de acordo com a sua nota:  
venha para uma universidade onde 82% dos  
alunos atuam na sua área após a Graduação.

BOLSA  
DE ATÉ  
XX%o

FAÇA  
MAIS  
POR  
VOCÊ.

sãojudas

ecossistema  
ânima

# VENHA DE ENEM PRA AGES



> INFRAESTRUTURA  
DIFERENCIADA  
> ENSINO QUE  
FAZ A DIFERENÇA

INGRESSE COM  
NOTAS DO ENEM DOS  
ÚLTIMOS 10 ANOS

Inscrições  
[www.ages.edu.br](http://www.ages.edu.br)

> ages

Notícia • [Mídia & MKT](#)

# Novos modelos de concorrência buscam eficiência sem menosprezar fator humano

Executivos de marketing de Ânima Educação e IMC compartilham as

me  
cor

## Ânima faz a lição de casa

*Ecossistema de educação Ânima fortalece sua estratégia de marketing e cria um hub de agências de publicidade. Composto por 10 agências que atenderão instituições de ensino integrantes do ecossistema educacional, o objetivo é reforçar as marcas e a regionalidade. Segundo Daniel Bulgueroni (foto), VP de Marketing da Ânima, a diversidade do ecossistema e proximidade com a comunidade local foram os diferenciais para a escolha da nova estratégia*

PI  
Fund

INÍCIO > MARKETING > POR QUE A ÂNIMA DECIDIU INVESTIR EM UM HUB COM DEZ AGÊNCIAS

# Por que a Ânima decidiu investir em um hub com dez agências

Home > Últimas > Ânima fortalece estratégia de marketing e cria hub de agências de publicidade

## Ânima fortalece estratégia de marketing e cria hub de agências de publicidade

Portal // Postado por Portal Em outubro 22, 2024 0 Comentários

*Dez agências atenderão instituições de ensino que compõem ecossistema de educação; objetivo é reforçar as marcas e regionalidade*

São Paulo, outubro de 2024 – A Ânima, o maior ecossistema de educação de qualidade para o Brasil, adotou uma nova estratégia de marketing para suas Instituições de Ensino Superior (IES). Com

companhia  
ão nos

RADIO

e da

ara

e da

na, maior

o no



Dez agências atenderão instituições de ensino que compõem o ecossistema de educação

fortalecimento de suas marcas, a Ânima adotou uma nova estratégia

Home > Agências

## Ânima fortalece estratégia de marketing e cria hub de agências de publicidade

Dez agências atenderão instituições de ensino que compõem ecossistema de educação; objetivo é reforçar as marcas e regionalidade

por Redação ABCCOM — 23/10/2024 em Agências

0 0

Blog

Blog > Ânima fortalece estratégia de marketing e cria hub de agências de publicidade

## Ânima fortalece estratégia de marketing e cria hub de agências de publicidade

OCTUBRO 23, 2024 | POR REDAÇÃO | 0 COMENTÁRIOS





## Inteligência de Mídia

Implementar o Hub de Agências 360° não seria possível sem saber e controlar nossa eficiência de investimento de marketing



Dados Internos

Realização da integração com todas as potenciais alavancas que constroem os resultados: Mídia, Campanhas, Lançamentos, Preço, Inscrições, Aprovações e Matrículas. Ou seja, inserimos os dados coletados pela Ânima na ferramenta de análise da Media Hero.



Dados Demográficos

A ferramenta faz a união entre os dados internos e a base proprietária com mais de 25.000 fontes de dados sobre o comportamento dos brasileiros, respeitando a LGPD, considerando dados macroeconômicos, sazonalidade, força de marca e outros.



Aprendizado

Durante 3 meses a ferramenta trabalha com metodologias estatísticas, realizando Machine Learning para encontrar causa e efeito. Resultando em uma solução de MMM + Forecast de Vendas + Planejamento de Mídia.



Visualização

Serão disponibilizadas visualizações que possibilitam ter insights sobre a contribuição de mídia nos resultados, efeito do tempo e saturação, cálculo de ROI e ROAS, sendo possível realizar o acompanhamento dos resultados por cada frente de investimento.



Simulação

Será possível simular cenários em relação alocação ideal de verba por região, considerando variáveis externas ,entrega do mix ideal por meio, veículos e formatos com maior potencial de retorno. Conseguiremos estimar o impacto desses cenários no resultado.



Resultados

Assim, chegaremos através de dados no entendimento de qual a melhor forma de realizar o investimento para cada marca. Lembrando que as recomendações da hero para clientes têm gerado em média 13% de economia, ou 15% de incremento em resultados de vendas ou faturamento.



Data driven

# A(I)dvertising

# Muito menos sem aplicação prática (e não promessa) de inteligência artificial nos PROCESSOS de marketing



Case Study

EDUCATION



Proprietary + Confidential

## Ânima potencializa estratégia criativa por meio da IA e alcança crescimento com eficiência



Organização privada de ensino superior

LATAM - Brasil - [portal.anhembi.br](http://portal.anhembi.br)



### Desafio

Em 2024, impulsionado pelo desafio de conquistar novos alunos de graduação, o Grupo Ânima deixou de lado as estratégias focadas em descontos e passou a destacar o valor da marca como principal argumento para aquisição, uma abordagem inovadora no setor de ensino superior no Brasil. Essa iniciativa também demandou soluções inovadoras para escalar conversões em diversos canais, com uma estratégia criativa que refletisse os atributos únicos de seu diversificado portfólio.

### A abordagem

Diante desse desafio, Performance Max foi utilizado como ferramenta para impulsionar o crescimento de resultados, apostando na diversificação criativa e na expansão de inventário. Em colaboração com a ferramenta Trakto, e com o poder da IA generativa, criamos mais de 350 novos criativos, pensados para comunicar os pontos fortes e o valor de cada marca e curso, proporcionando uma comunicação personalizada e relevante para os futuros alunos. Com essa abordagem inovadora, o Grupo Ânima pôde fortalecer sua marca e se conectar com seu público de forma mais autêntica.

### Os Resultados

A implementação de uma estratégia criativa diversificada, em conjunto com o uso inovador de soluções baseadas em IA, impulsionou as campanhas de Performance Max da Ânima a novos patamares. Isso resultou em um aumento expressivo de 50% nas conversões e uma melhoria de 19% no custo por aquisição. Além desses resultados impressionantes, essa iniciativa gerou uma ampla discussão dentro da organização sobre o impacto dos criativos e como o uso estratégico da inteligência artificial pode garantir a entrega da mensagem certa, para o público certo, no momento certo, impulsionando maior eficiência e impacto em todos os níveis.

"Redefinimos nossa estratégia de comunicação para ir além do preço e construir conexões mais autênticas com o público. Ao personalizar a mensagem com foco nos atributos da marca, impulsionamos a relevância dos anúncios, especialmente em nível regional. E fomos além: com o poder da inteligência artificial, através da Performance Max, conseguimos acionar e combinar os elementos de maior potencial criativo, alcançando resultados ainda mais expressivos."

Marina Guedes, Diretora de Marketing, Grupo Ânima

50%

Conversões Incrementais

19%

Ganho de eficiência no custo por aquisição

### Objetivos de Marketing

- Inscrição

### Produtos

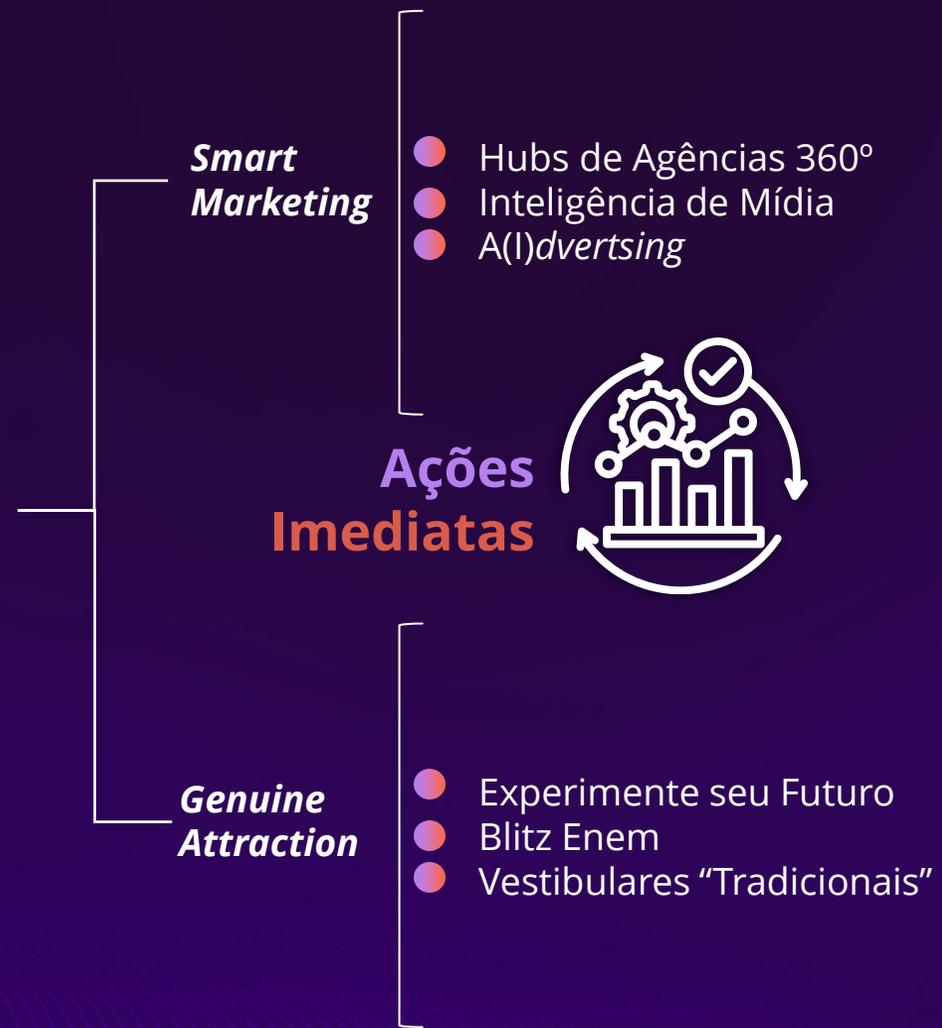
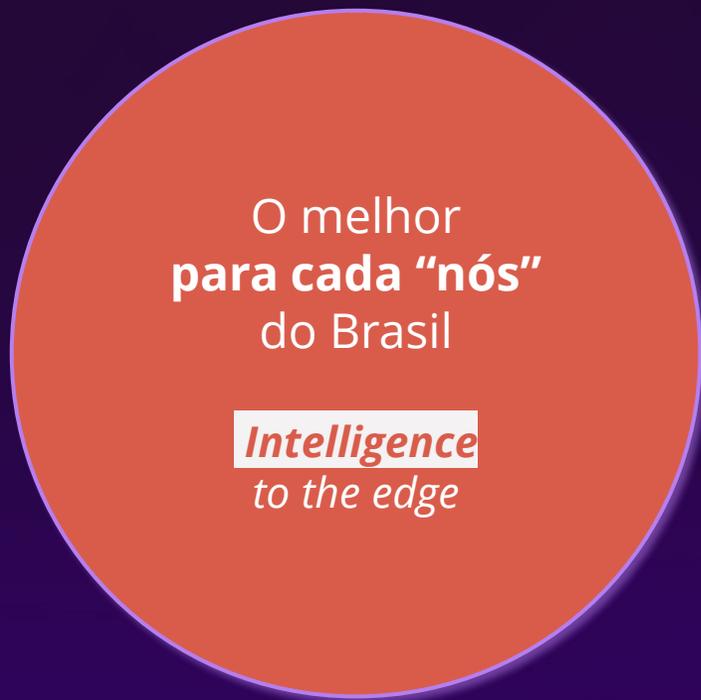
- Performance Max



Nossa atração precisa ser autêntica, proprietária e genuína, do topo de funil à conversão!



+



# Experimente seu Futuro

Estamos trazendo o candidato de volta ao campus para conhecer, experimentar o que não conhece ainda... saber o que a faculdade que **é da sua cidade** tem para oferecer!

Visitantes em Setembro/Outubro

+ 30K



53

Unidades  
75% Cobertura



+ 500

Ônibus para Estudantes



Escolas Impactadas

+ 1K



# Experimente seu Futuro

Trazendo o aluno para as nossas unidades fazemos ele experimentar como será estudar com a gente!



## Vestibulares "Tradicionais"

Fazê-lo saber que a escola onde ele estuda tem vestibulares meritocráticos exclusivos para a faculdade da sua cidade

Vt  
Escolas



Aulão  
Enem



DIA DO  
INVESTIDOR



**Rogério Loureiro**  
VP Operação Nac. e Growth



**Reynaldo Gama**  
CEO HSM e Singularity

Crescer em novos formatos,  
modalidades e novos negócios

# Potencializando o Crescimento

## Principais Avenidas

- Educação Digital e Híbrida
- Desenvolvimento de negócios B2B
- *Life Long Learning*
- Rentabilização dos ativos
- E outras iniciativas

## Estratégia

Ampliação de receita com negócios que tem potencial de destravar valor!

# Educação Digital e Híbrida

- Mercado de R\$10Bi de reais
- Mesmo no EAD, 40-50% dos alunos gostariam de ter algum nível de presencialidade
- Tendências regulatórias de maior presencialidade

## Habilitadores do Ecossistema

- ✓ Presença nos principais centros com infraestrutura de excelência para oferta híbrida
- ✓ Experiência pioneira em Educação Híbrida
- ✓ 550 Polos
- ✓ Força local das marcas

## VP Growth

- ✓ Potencializar nossos produtos com foco no Digital/Híbrido e na adequação as tendências do novo marco regulatório, aprendizado do aluno e novas tecnologias
- ✓ Modelo Asset Light de expansão
- ✓ Sinergia com a estratégia de diferenciação de cada uma das marcas
- ✓ Ecossistemas de Educação especialistas (Ex.: Agro)

## Ambição Estratégica EXPANSÃO DE RECEITA

- Expansão através de alternativa ágil com novos produtos digitais e híbridos nas regiões de abrangência de força das nossas marcas.

# Desenvolvimento de negócios B2B



- Mercado estimado de R\$16bi/ano
- ~20% do investimento é formação de C-Level

## Habilitadores do Ecosystema

- ✓ Histórico de sucesso no B2B: HSM, LV, Dual, Pós In Company, Instituto Anima
- ✓ Infraestrutura e corpo técnico das IES
- ✓ Força das marcas locais + marcas especialistas
- ✓ Capacidade de atender as empresas em diferentes níveis e áreas do conhecimento – vertical e horizontal

## VP Growth

- ✓ Nova estrutura dedicada a clientes e criação de soluções B2B
- ✓ Gestão da sinergia entre as várias marcas e produtos do Ecosystema
- ✓ NDA´s de projetos educacionais assinados com grandes empresas

## Ambição Estratégica ONE STOP SOLUTION

- Propiciar às empresas oportunidades de impulsionamento de negócios através das soluções multiprodutos Anima B2B em todos os níveis organizacionais



HSM &  
Singularity  
Brazil

**hsm**  
THE POWER  
OF KNOWLEDGE



Programas que conectam a  
experiência de mercado de grandes  
empresas com aprendizado imersivo.

**hsm**  
CO-BRANDED

LEARNING  
VILLAGE

Hub de inovação e tecnologia  
com foco em educação e  
desenvolvimento de pessoas.

Principal evento de gestão,  
liderança e inovação  
da América Latina.

**hsm+**

# Desenvolvemos **pessoas** e **empresas**

conectando conteúdo • projetando futuros • criando caminhos

Cursos de pós-graduação  
e de curta duração a  
distância, 100% online.

**hsm**<sup>U</sup>

 **singularity**  
BRAZIL

Guia corporações e líderes  
no **entendimento do impacto**  
e **oportunidades de**  
**tecnologias exponenciais.**

**hsm**  
ACADEMY

Aprendizado sob medida para  
resultados transformadores **em todos**  
**os níveis da organização**, trabalhando  
soft, hard e emotional skills.

Ecosistema para CEOs e C-Levels  
com foco na geração de negócios.

**BBB**  
MATCH



**ONE  
STOP  
SHOP**



HSM &  
Singularity  
Brazil

# INTEGRAÇÃO COM CORE

## ALGUNS EXEMPLOS

### PROJETO DUAL

Aula Magna  
**+1,8mil alunos online**

Criação de **Aceleradora de Talentos**  
com 915 alunos Inscritos

**Potencial de Contratação 20-30%**



### RELACIONAMENTO MARCAS LOCAIS

**Evento HSM & Singularity  
para 100 Empresários e Executivos  
em Natal/RN - Promovendo UNP.**

**Resultado: Reaproximação SEBRAE-RN**

### PROJETOS P&D

Utilização de **professores como  
consultores de P&D** em grandes  
empresas – HSM como Canal



TOTAL DE PROJETOS  
HSM ACADEMY

559

PESSOAS CAPACITADAS

50.252

PRESENCIAL 22.747

DIGITAL 27.505

EMPRESAS  
ATIVAS

114

TOTAL DE PROJETOS  
SINGULARITY IN COMPANY

50

PESSOAS CAPACITADAS

5.939

PRESENCIAL 2.453

DIGITAL 3.486

EMPRESAS  
ATIVAS

35

TOTAL DE PROGRAMAS ABERTOS  
HSM & SINGULARITY

10

PESSOAS CAPACITADAS

1.422

PRESENCIAL 1.377

DIGITAL 45

EMPRESAS  
ATIVAS

171

HSM DUPLICOU A RECEITA EM CINCO ANOS E É GERADORA DE CAIXA



DIA DO  
**INVESTIDOR**

INTERVALO



DIA DO  
INVESTIDOR



**Janes Fidélis**  
VP Acadêmico

Ser a escolha acadêmica  
do aluno e docente

ãnima  
EDUCAÇÃO

*Não somos uma Instituição de Ensino.*  
**Dominamos a Ciência de Aprendizagem.**

*Entregamos Experiências*

**“Eureka”**

Identidade  
Qualidade  
Estratégia

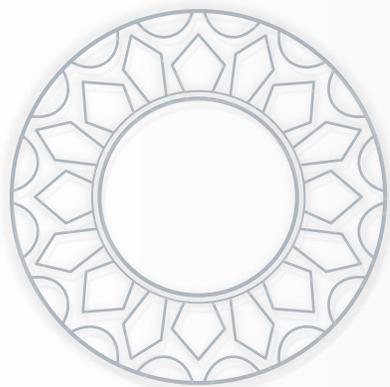


Confiança  
dos alunos,  
professores e  
investidores

Transformar vidas exige  
antes transformar a educação



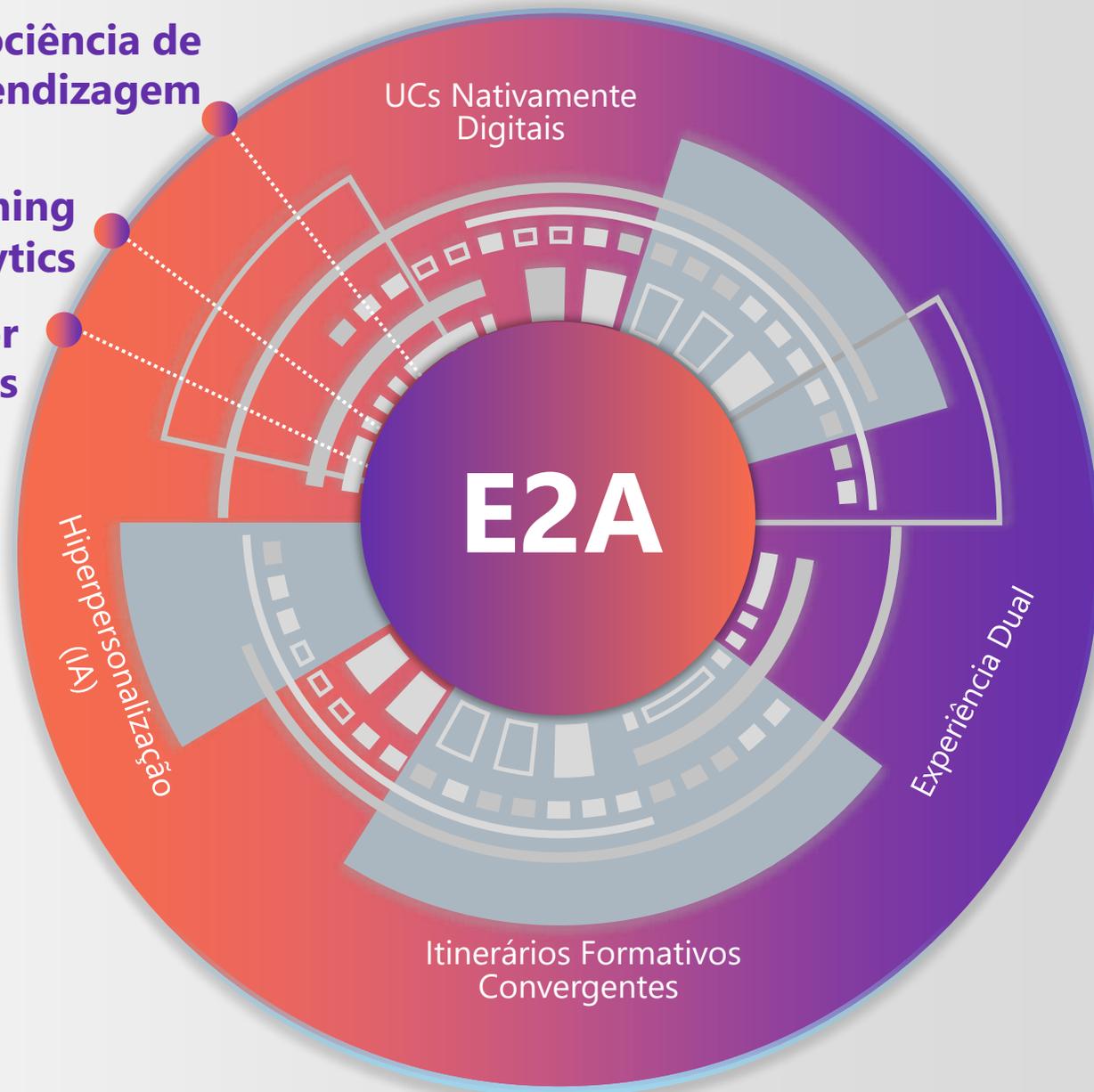
E2A MANDALA



**Currículo por  
Competências**

**Learning  
Analytics**

**Neurociência de  
Aprendizagem**



**E2A RADIAL**

Nossa qualidade é reconhecida pelo MEC,  
pelo aluno e pelo o mercado de trabalho



MEC

**Recredenciamento**  
33 Visitas Realizadas

★★★★★ 64% Conceito Máximo

★★★★ 36% Conceito 4

Dos **465 Atos realizados** até  
outubro/2024 pelo MEC, no  
Ecossistema Ânima, **94% dos cursos**  
foram atribuídos com o Conceitos  
**Finais 4 e 5 (Excelência)**

Aluno



**Record de  
Permanência  
do Aluno**

Mercado de Trabalho



Brasil

**Pesquisa: 8 a cada 10 alunos da Ânima  
garantem vaga no mercado de trabalho**

Levantamento foi realizado com mais de 16 mil estudantes de doze estados brasileiros, que concluíram  
graduação entre 2018 e 2022

Por José Benedito da Silva  
24 set 2024, 11h40

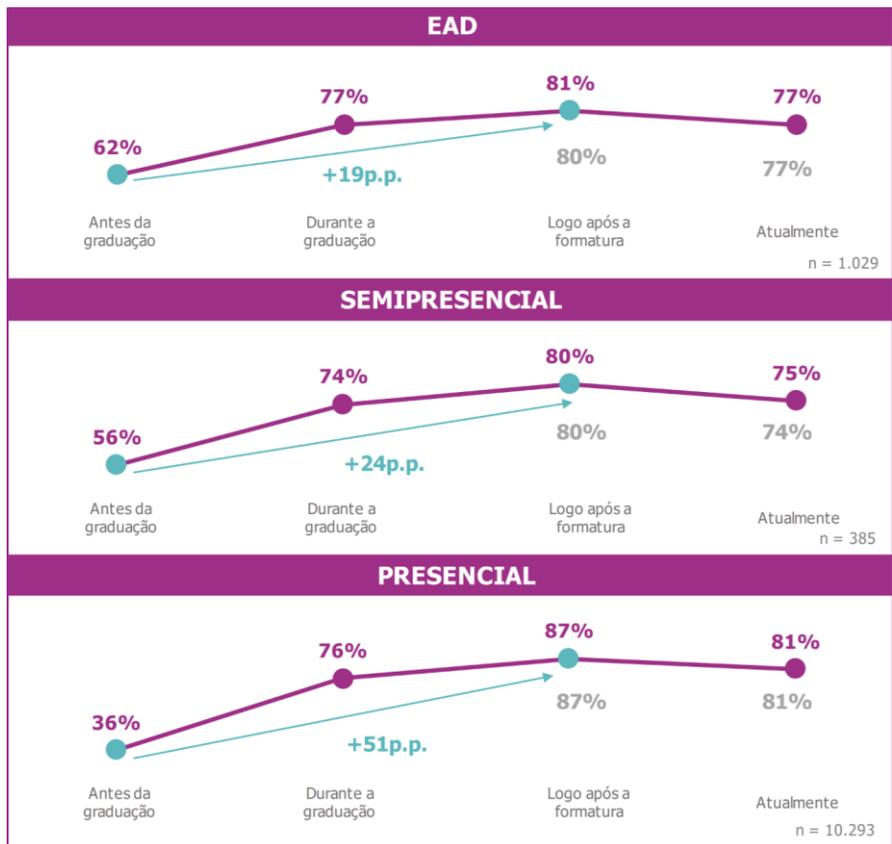


# Nossa empregabilidade é superior a 80%, entre os estudantes egressos da Graduação de todas as modalidades

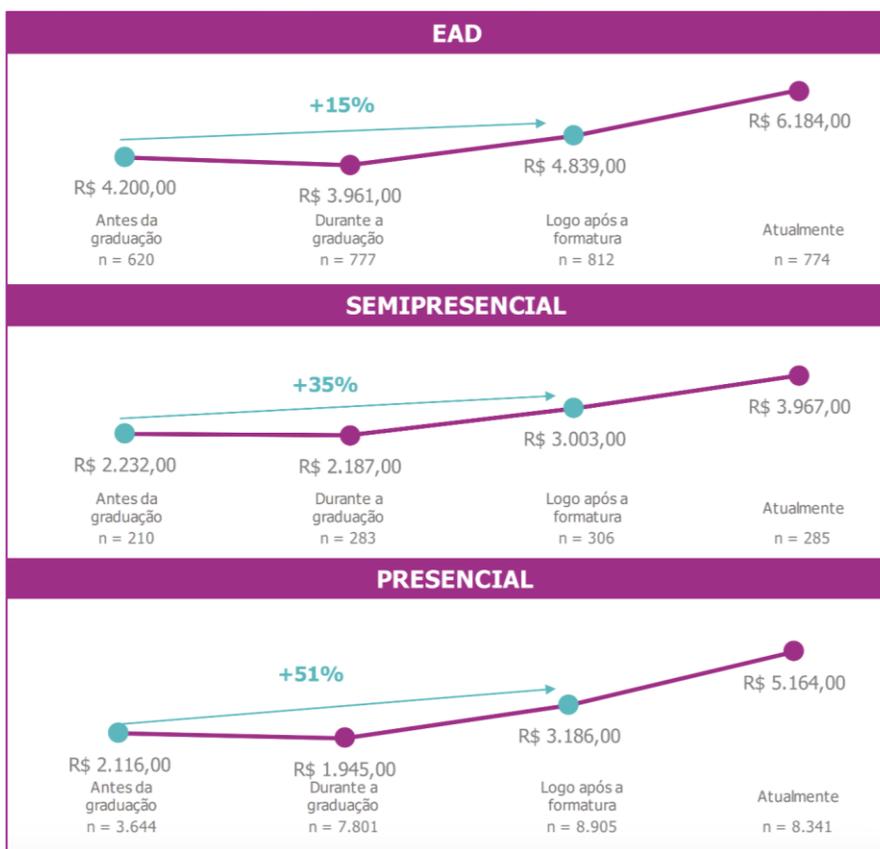


## Taxa de empregabilidade entre alunos da Graduação formados entre 2018 e 2022.

Taxa de empregabilidade por modalidade



Remuneração média por modalidade



- 83%** média de egressos trabalhando ou ocupados
- 75%** egressos atuando em suas áreas de formação
- \$\$** média salarial de R\$ 5.105,00

Fonte: Pesquisa egressos graduação 2023/empregabilidade.

Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/pesquisa-8-a-cada-10-alunos-da-anima-garantem-vaga-no-mercado-de-trabalho/>

Fonte: IBGE: PNADC/A, 2023.



# | 510 ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS - DUAL



## ARQUITETURA URBANISMO & DESIGN (36)

Adobe TRAMONTINA

BCBA GRECO. Prefeitura de São Paulo

LEGALI AS BEA FOCUS STORE

DE CRIANÇA PARA CRIANÇA Salvador Shopping

## CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE (127)

VitaDerm DQSD SALUS

Nestlé GRUPO DPSP GiOlaser

Boston Scientific minas WebDiet

ABC Droga Raia URBANO

HERMES PARDINI SAMU 192 JBS

## CIÊNCIAS JURÍDICAS (70)

Adobe Opice AB

AB2L ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LAWTECHS & LEGALTECHS IFBrasil EBRADI

APAE MPT Contabilizei.

TJMG CARTÓRIOS DE PROTESTO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA

APESP Tribunal de Justiça Rio Grande do Norte

## CIÊNCIAS HUMANAS (36)

Grupo Cia de Talentos E SE FOSSE VOCÊ? ser+

IBM NAPI ã plurais

Microsoft ORACLE

MÃES PELA VIDA imhd OMNI

## COMUNICAÇÃO & ARTES (23)

GRUPO BANDEIRANTES music boxbrazil

Brasil mbrtv

MOVIMENTO ODS NACIONAL SANTA CATARINA rádio CBN

INSTITUTO QUERÔ PREFEITURA DE Santos

JR REDE BAHIA DE TELEVISÃO

## CIÊNCIAS AGRÁRIAS & MEIO AMBIENTE (26)

Hills ADIMAX wevets

seamaty VETEX

brf pet PremierPet

Pet Dream Quatree MAIS MILHO

## ENGENHARIAS (46)

MBIGUCCI SAINT-GOBAIN CBCA

TENDA WEG Ford

FPT MACCAFERRI IVECO

HELIMARTE SCANIA JBQ.Global

VOAR ABESATA IRL & Associados

## TURISMO & HOSPITALIDADE (25)

thermomix FAVO

OBSERVATÓRIO DE GASTRONOMIA LE CORDON BLEU

Associação Brasileira de Gastronomia Immi orato

ASSOCIAÇÃO ESTERIL BRASILEIRA V. INSTITUTO CAPIM SANTO

oceana EMATER-RN COLAVITA

CAMARÕES

## GESTÃO & NEGÓCIOS (103)

hsm Santander EQI

Receita Federal TecBan ORACLE

ApexBrasil SEBRAE BACIO DE LATTES

IBTC INSTITUTO BRASILEIRO DE TESOUREARIA CORPORATIVA Contabilizei.

deepfy Pepsico SICOOB

erpflex omie

## TI & COMPUTAÇÃO (18)

Microsoft Google

ORACLE aws

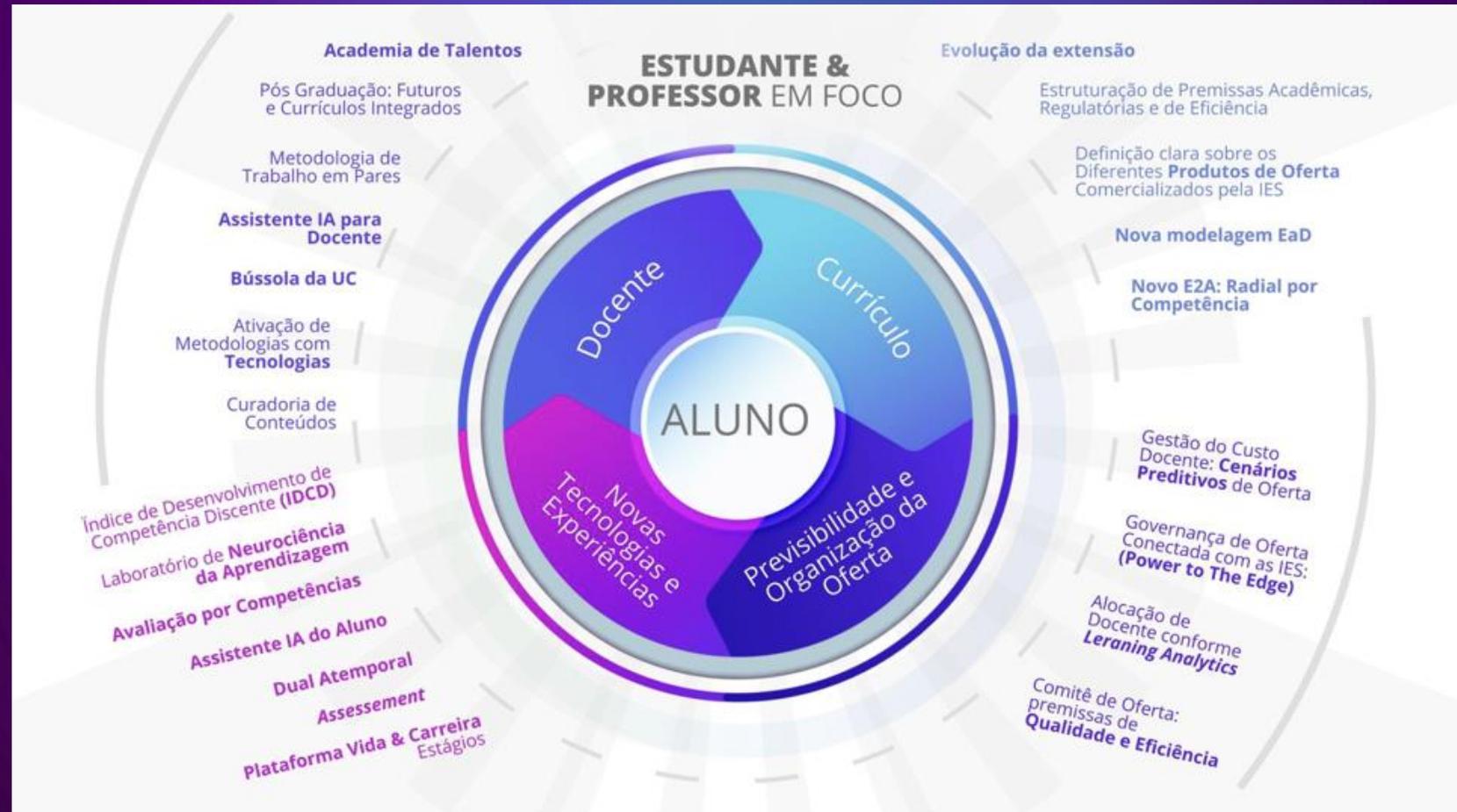
compass.uol IBM

Red Hat SAP

bradesco CISCO databricks



# Acadêmico à prova de Futuros



57

Projetos VPA

13

Projetos Inovadores

34

Melhorias Incrementais

10

Projetos Estratégicos

# Programa Barcelona: IA.RA





DIA DO  
INVESTIDOR



**Rodrigo Rosseto**  
VP Soluções e Processos



**Bruno Henrique**  
VP Tecnologia e  
Mindset Digital

Melhorar o serviço a todos com tecnologia  
*(high tech/high touch)*



# Últimos 2 Anos: História De Superação

## Criação de área especialista em Serviços Estudantis:

- Escuta intencional dos alunos
- Postura ativa e antecipatória
- Ulife como ponto de contato preferencial com alunos
- Gestão Lean diária e governança de prestação de contas semanal com PDCA's

## Exemplos das entregas:

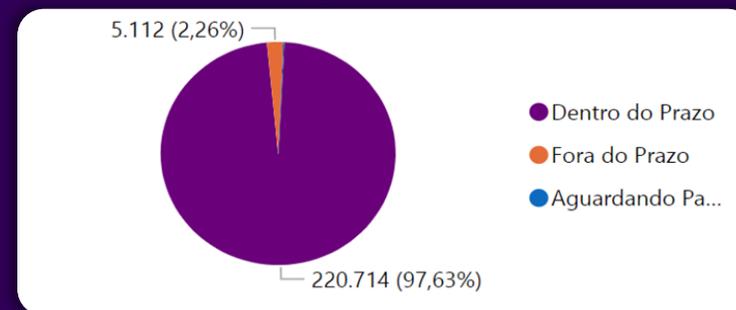
- Prazos nas respostas das solicitações dos alunos: 97% atendidos
- Diplomas e colação (robôs)
- Autosserviços de históricos, declarações, documentos (Bancos)
- Validação de documentos e atividades complementares (IA)
- Central de atendimento no Ulife



Sua Central de  
Soluções  
Estudantis

- Solicitações Online
- Whatsapp
- Videochamadas
- Envie uma Mensagem

## Situação - Prazo



5

Diplomas  
em 5 dias

80%

Dos estudantes  
consumindo em  
autosserviço

1MM

Micro Certificados  
Emitidos  
Automaticamente

150k

Históricos  
Emitidos em  
Autosserviço

85k

Estudantes em  
Colação de Grau  
Automática

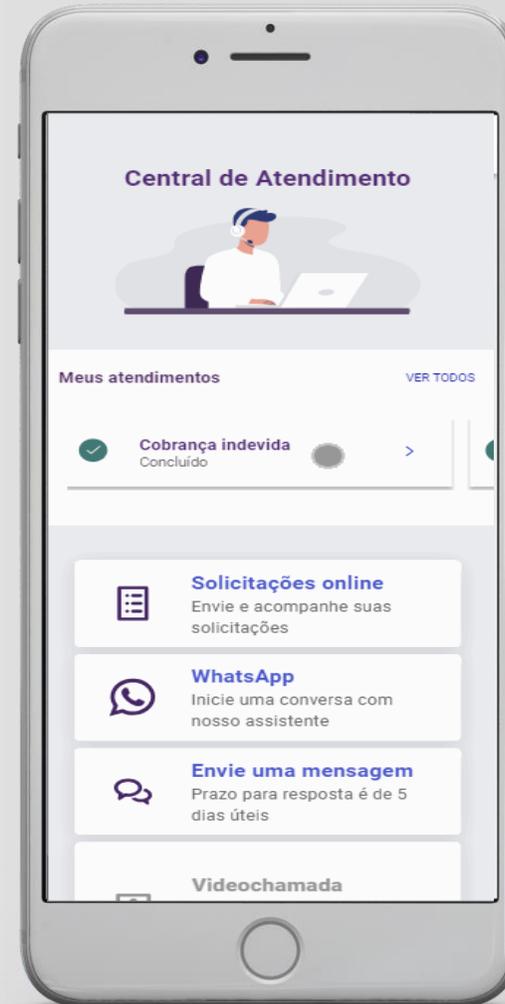
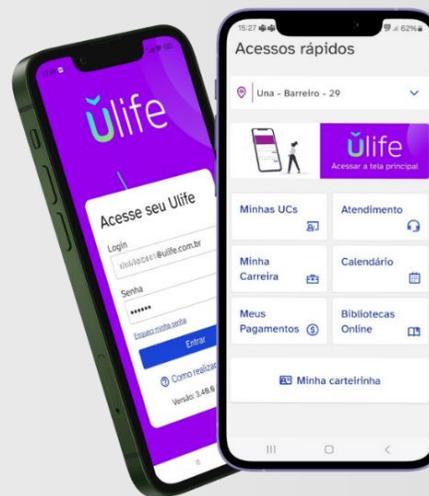
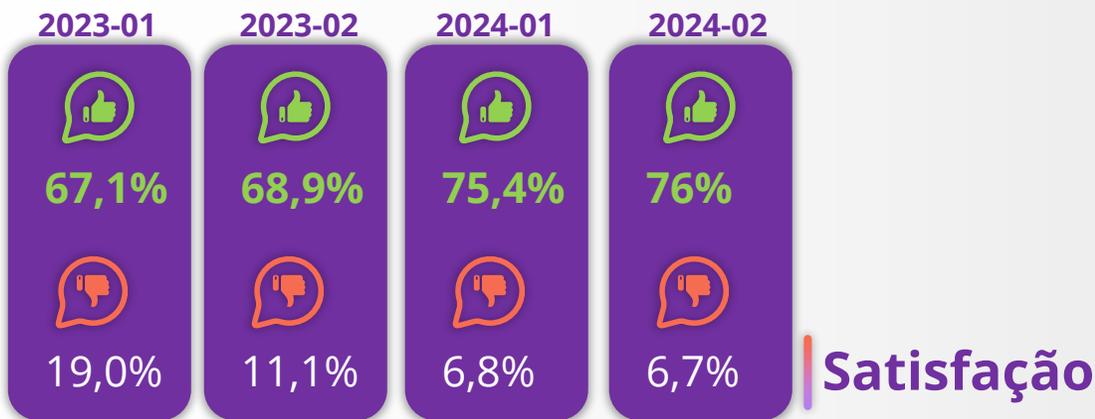
190K

Atividades  
Complementares  
em Processamento  
Híbrido



Melhorar  
o serviço  
a todos

# Rematrícula 2024/02 alcançou o melhor índice CSAT e o maior percentual de estudantes satisfeitos com a jornada digital



## Volume de Avaliações

	2024-01		2024-02	
Satisfeito	75,4%	75,4 mil	76%	77,3 mil
Neutro	17,8%	17,8 mil	17,3%	17,6 mil
Insatisfeito	6,8%	6816	6,7%	6838

>>>  
Melhorar o serviço a todos

## Já encontramos o caminho:

### Vídeo Chamada

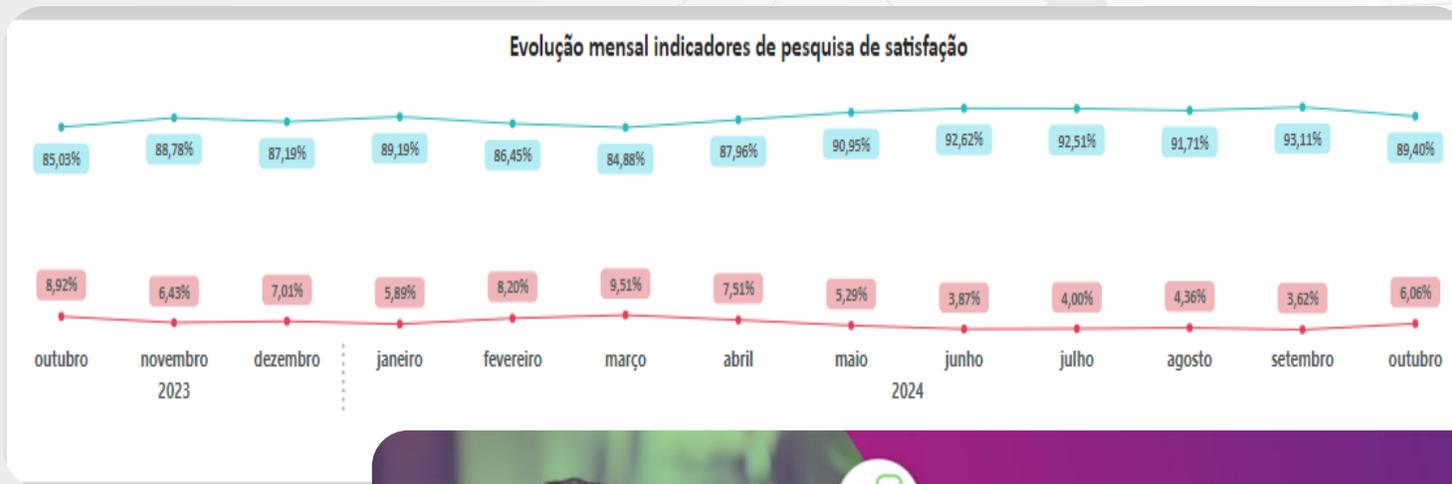
Prêmio em inovação T2B > 90% e BB < 5%

### Colheitas

Alunos mais satisfeitos, espiral positiva da motivação das equipes -> Resgate sentimento de potência

### Fusão de atendimento e serviços: SOLUÇÕES

Quem atende é quem resolve, em todos os canais



**atende+**

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DE ATENDIMENTO PARA VOCÊ!



Melhorar  
o serviço  
a todos

## Experiência universitária tem que ser dedicada ao aprendizado

### Previsibilidade

- Antecipar as necessidades dos nossos estudantes

### Resolução Imediata

- Em cada contato, promover soluções e resoluções para as demandas do nosso corpo discente
- Gentileza e empatia em cada contato

### Simplicidade e autonomia

- Soluções fluidas, intuitivas e descomplicados entre canais e setores
- Experiência baseada na autonomia e no autosserviço

### Melhoria Contínua

- Metodologias, gestão diária e governança Metas claras T2B 85% e BB 5%
- Treinamento constante

### Canal único

- Omnichannel: Plataforma entre líderes de mercado e com mesmo custo e menos desgaste para alunos e equipes
- Conecta: Informação automatizada, específica e personalizada



# Alavancas estratégicas para habilitarmos a terceira onda de crescimento da Ânima

Framework de tecnologia e mindset digital para impulsionar o sucesso do aluno



## Flywheel do Ensino Superior

Diferenciar a experiência digital do aluno

Impulsionar futuros pedagógicos

Expandir receita através do digital



Impulsionar oportunidades de vida e carreira

Ampliar a experiência no campus

Diferenciar a jornada no ecossistema

+ Power to the edge e data driven

+ Lean e Agile

+ União e confiança

+ Ambidestria e foco

+ Amor e limites

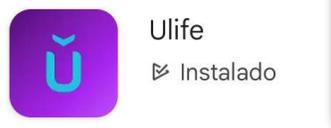
>>>  
Melhorar o serviço a todos

# Crescimento da Avaliação e do Engajamento no Aplicativo do Aluno



**Novo App Ulife melhorou significativamente a nota as lojas de aplicativo e aumentou o engajamento**

77% dos alunos usam o app Ulife regularmente, com média de 9 acessos mensais e sessões de 30 minutos.



**Ulife**  
Instalado

4,3★  
5 mil avaliações

Classificação Livre

Mais de 100 mil Downloads

Plataforma de estudos exclusiva da Anima.

Encontre as ferramentas necessárias na sua jornada acadêmica.

Acesse sua carteira de estudante e tenha descontos exclusivos com parceiros.

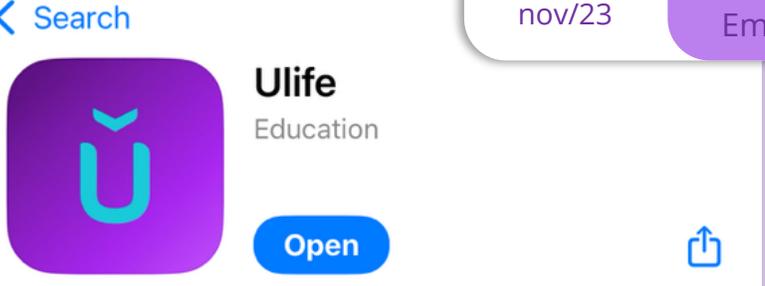
Visualize as datas das aulas e planeje suas atividades.

Materials de estudo e conteúdos digitais interativos para sua vida acadêmica

Saímos da nota **4.7** para uma nota

1.2 nov/23

Em nov/24



**Ulife**  
Education

Open

6.2K RATINGS

4.2

AGE 4+ Years Old

CHART No.155 Education

DEVELOPER Anima Educaç

What's New >

Version 4.0.11

3w ago

Saímos da nota **4.3** para uma nota

1.1 nov/23

Em nov/24



Adotamos AI ao longo das jornadas do estudante e da experiência do educador, alguns exemplos



## Ulife Copilot

Oferece **recomendações de conteúdo**, reforço, testes pontuais e engajamento.

Indexação do conteúdo atual, permitindo novos formatos

## Ulife Recap

Transcreve, resume e reorganiza o conteúdo para disponibilizar em novos formatos: **resumo, bullet points, podcast, tradução e outros**

## Ulife Prep

Gera **questões fechadas preparatórias** para avaliações A2 e questões ENADE a **partir do prompt do professor**.

Corrige de avaliações A1 e redação em processos seletivos



## Ulife Assist

Utiliza home devices (Alexa) **para informar datas de avaliações, eventos, atividades complementares** e apresentar recomendações do Ulife Copilot

## Ulife Content Creator

Cria conteúdo a partir das **diretrizes curriculares nacionais e matrizes E2A**.

Adapta para formatos mais engajantes (Anime / Edutainment/ Story Mode)

## Ulife Matching

Simula **entrevistas de emprego** por função desejada e feedback de **desenvolvimento a partir de habilidades e competências**

**Novas funcionalidades com IA foram implementadas**, gerando eficiência e melhoria da experiência



**Ulifeprep**  
1.0 e 2.0

## Novas ferramentas para o uso do professor

**Prep 1.0:** Assistente de geração de questões para avaliações objetivas. A meta é melhorar a qualidade do banco de questões, contribuindo para um melhor percurso

**Prep 2.0:** Assistente de correção para redações dos vestibulares EAD e questões dissertativas das avaliações A1. A meta é substituir os contratos de soluções de mercado utilizadas “pré-chatGPT”.

Provas  
**~2MM**

Gerando Saving  
para 2025

## Prep 2.0: Piloto Inspirali e Ânima Core em 2024/02

**350**

Professores  
com Acesso

**70k**

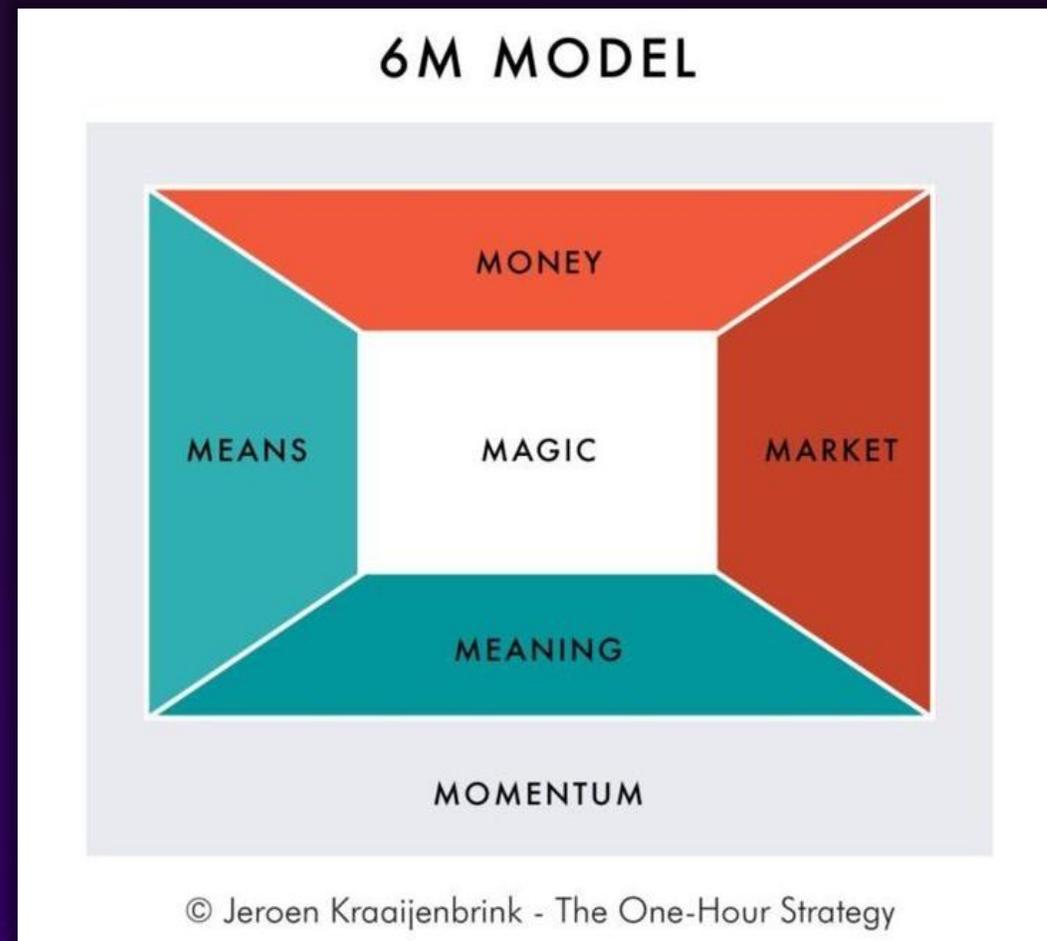
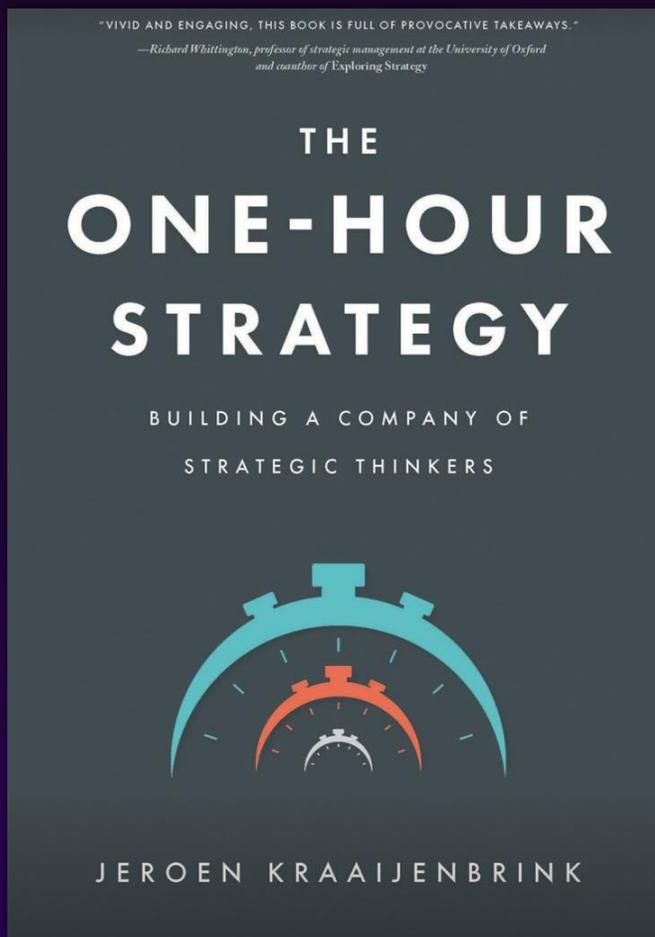
Questões  
Corrigidas



DIA DO  
**INVESTIDOR**

O novo  
"momentum"

# Bem-vindos à 3ª Onda da Ânima, o novo "momentum" para que a mágica aconteça





DIA DO  
INVESTIDOR



Vamos dobrar a Ânima

Sabemos como fazer

Temos a equipe certa



# Obrigada

# Q&A



DIA DO  
INVESTIDOR



DIA DO  
**INVESTIDOR**