



APRESENTAÇÃO RI
SETEMBRO 2020

animada

Trajетória de Crescimento



IPO
2013

ANIM3
NOVO
MERCADO
BMAFROVESPA

AQUISIÇÃO DE MARCAS FORTES REGIONAIS



una 2003



sãojudas
universidade
unimonte 2006



unibh 2009



sãojudas
universidade 2014



unisociesc 2016



2019



2020

ACELERAÇÃO DA EXPANSÃO ORGÂNICA



una 2016



una 2016



una 2018



unisociesc 2018



una 2018

OUTROS NEGÓCIOS



hsm 2013



EBRADI 2016



LE CORDON BLEU 2018



2019

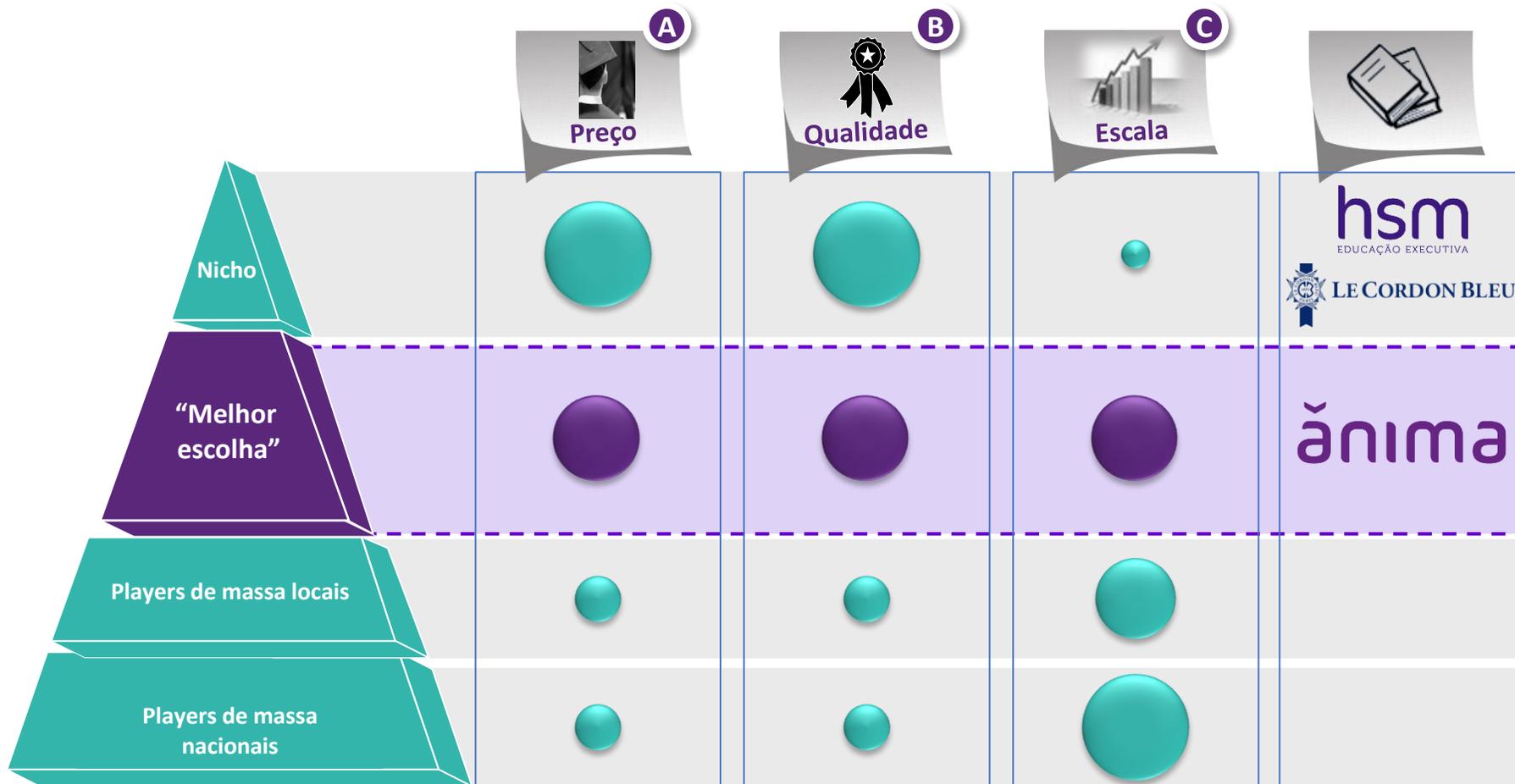


2020

Nossa missão é **transformar o país pela educação**, sendo referência em termos de inovação no aprendizado e nos processos de gestão, respeitando a diversidade, valorizando pessoas e se comprometendo a um desenvolvimento sustentável.

Posicionamento diferenciado

Forte proposta de valor para alunos que procuram uma educação superior de qualidade e acessível



Reputação de Marca e Qualidade



IES de primeira linha



unibh

Melhor Centro Universitário de Belo Horizonte



unisociesc

Melhor IES privada de Santa Catarina



sãojudas

#2 Universidade Privada¹ em São Paulo



una

#2 Centro Universitário Privado em Belo Horizonte



UniAGES

#2 Centro Universitário Privado na Bahia

Excelência Acadêmica

NOTA 4-5
(MEC 2019)

CPC (2016-2018)

82% das matrículas
(vs. Outras listadas: 8%)

IGC (2018)

83% de instituições
(vs. Outras listadas: 8%)

ENADE (2016-2018)

37% das matrículas
(vs. Outras listadas: 5%)

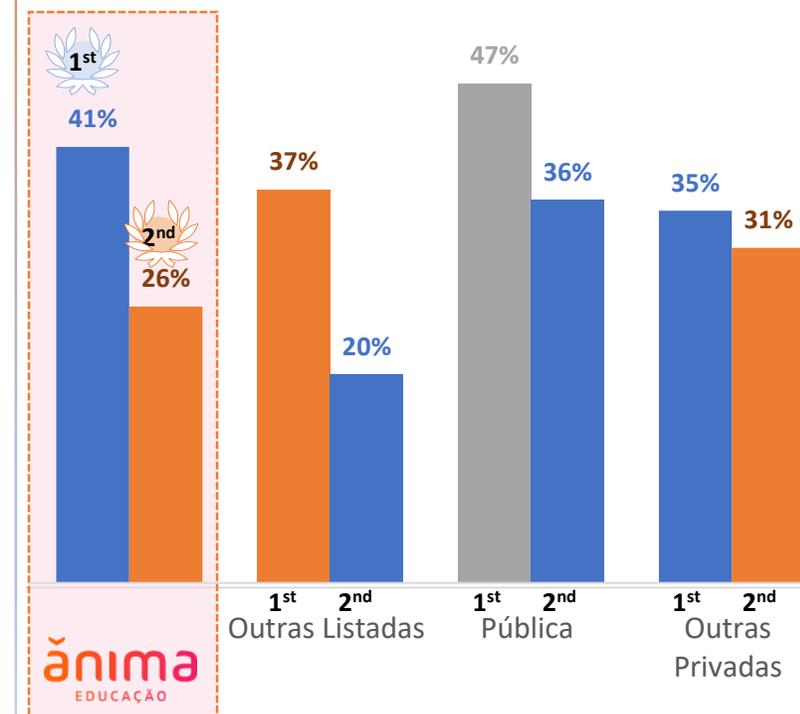
IDD (2016-2018)

25% de matrículas
(vs. Outras listadas: 5%)

Marcas de escolha

Qual é o seu principal motivo para escolher sua instituição de ensino superior?
(Pesquisa ENADE, 2017)

■ Qualidade / Reputação ■ Localização²
■ Sem taxa de matrícula



Fonte: MEC, INEP, ENADE

Nota:
1. Refere-se a Universidade São Judas Tadeu
2. Localização inclui (i) Proximidade a residência, (ii) Proximidade ao trabalho, e (iii) Respostas de fácil acesso

Transformação Digital como um impulsionador estratégico



5 DRIVERS PRINCIPAIS

- Alunos no centro
- Agentes de mudança
- Lifelong Learning
- Ânima Digital
- Crescimento sustentável

Jornada do Aluno (J2A)

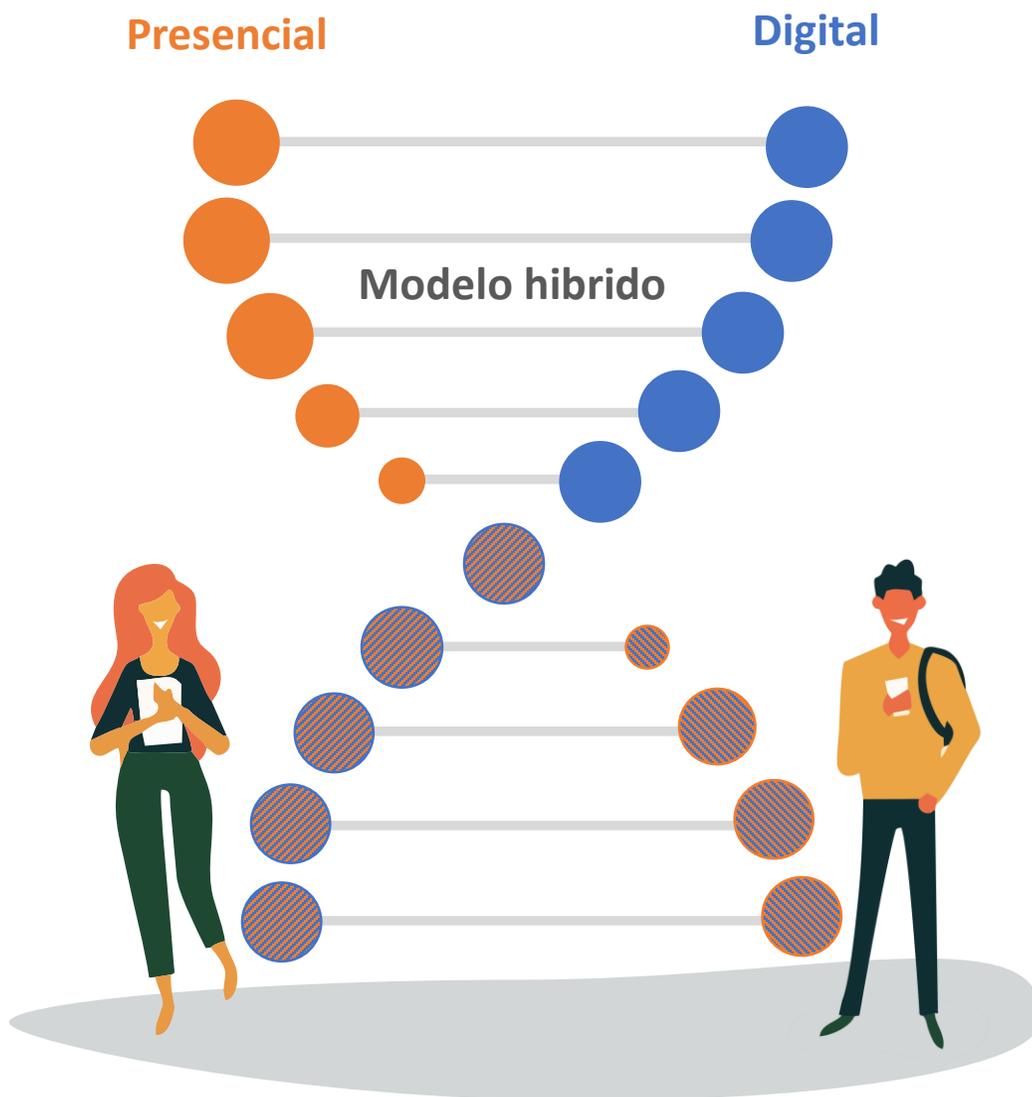
- ✓ Exame admissional online
- ✓ Processo de reinscrição aprimorado
- ✓ Sistema de negociação de dívida

PRINCIPAIS FERRAMENTAS & UTILIDADES

Algoritmos → Orientação por dados / preço → Modelo preditivo de desistênci → Gestão de retenção

Modelo acadêmico diferenciado

E2A



Atender às demandas dos alunos e melhorar a eficiência



Flexibilidade e eficiência no campus



Conteúdo dinâmico, com curadoria e em constante evolução



Sob demanda, a qualquer hora, em qualquer lugar, qualquer plataforma de aprendizado de dispositivos



Desenvolvimento de habilidades sociais e mentalidade de empreendedorismo



Avaliação em tempo real



Tutoria para se preparar para o mercado de trabalho

Nossas alavancas estratégicas de crescimento



Crescimento
orgânico



M&A

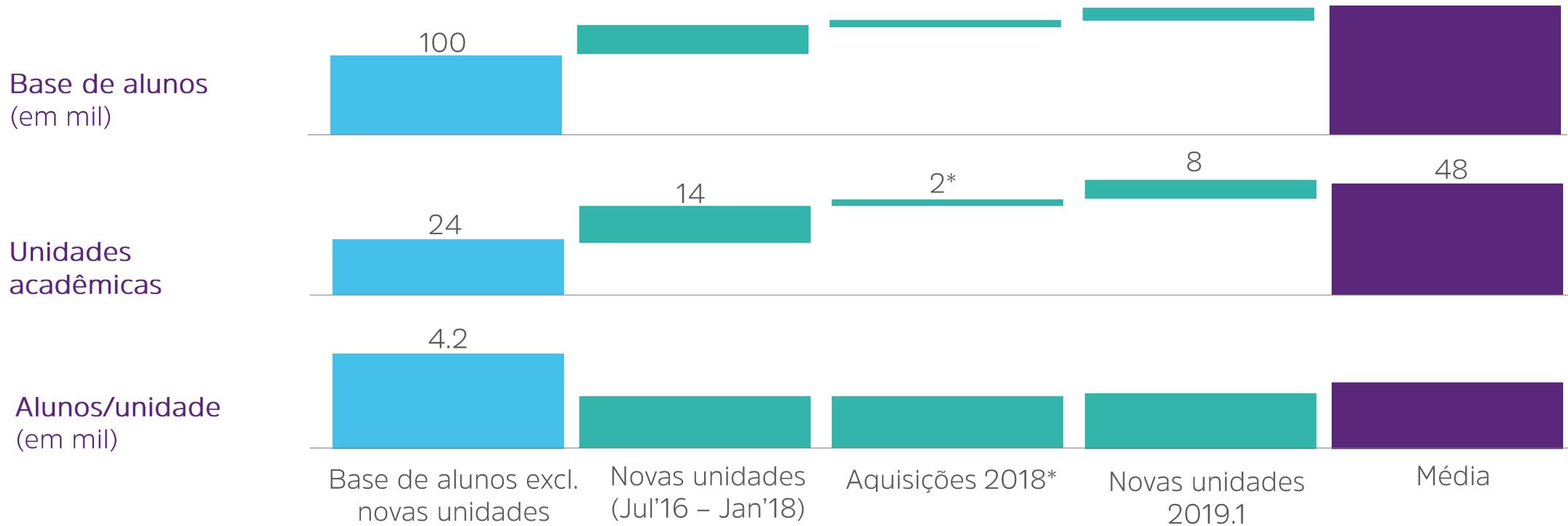


Vertical de Saúde

Expansão Orgânica



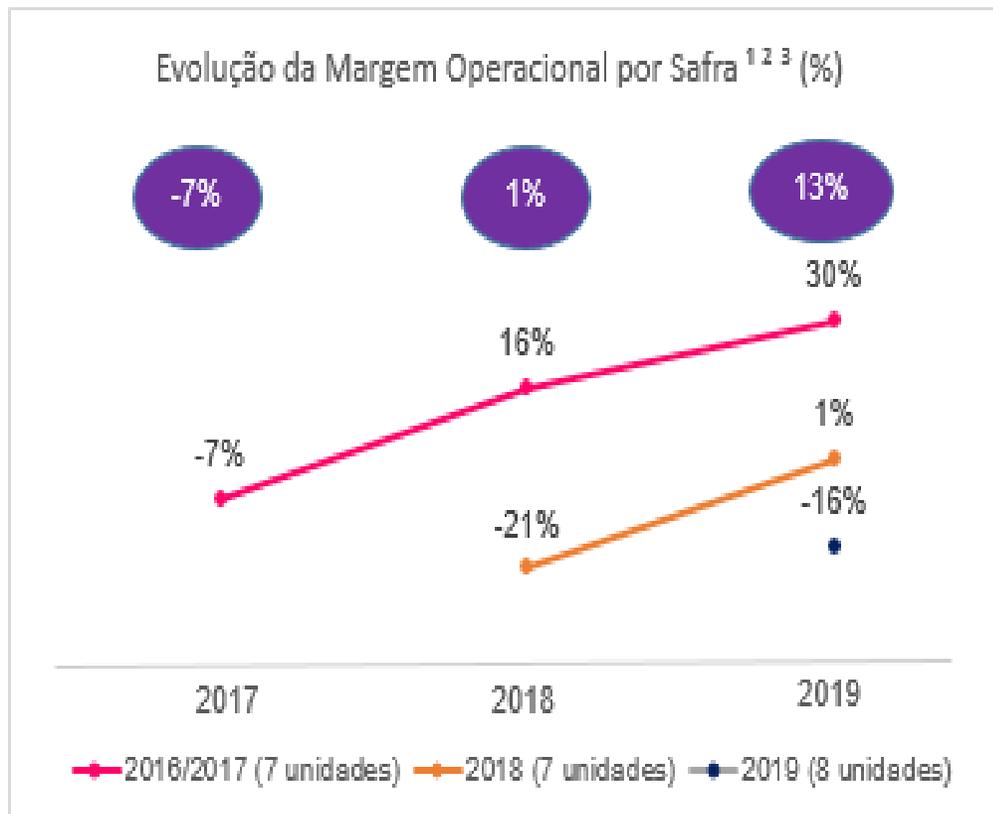
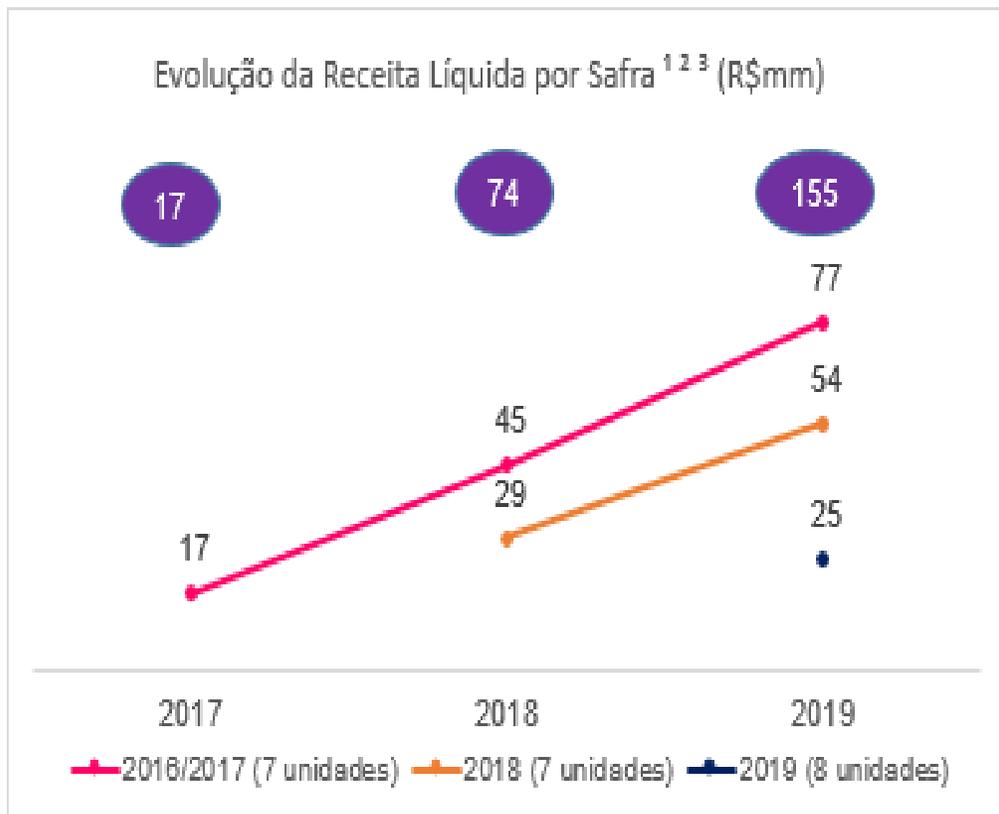
Plano de expansão orgânica bem estruturado (Q2A): 22 Novas unidades desde Jul'16, das quais 8 em 2019.1;



- De acordo com os planos de negócios, as unidades abertas a partir julho'16 estão apresentando um desempenho positivo, apesar de serem consumidores de caixa nos primeiros anos de operação.
- Para 2020, decidimos focar no amadurecimento das unidades já abertas, além de analisar mais profundamente as aquisições que podem acelerar nossa expansão orgânica, como as realizadas ao longo de 2018 (CESUC, Faculdade Jangada e Faced).

* CESUC em Catalão e Faculdade Jangada em Jaraguá do Sul, onde já tínhamos operações

Nossas safras de Q2A estão aumentando



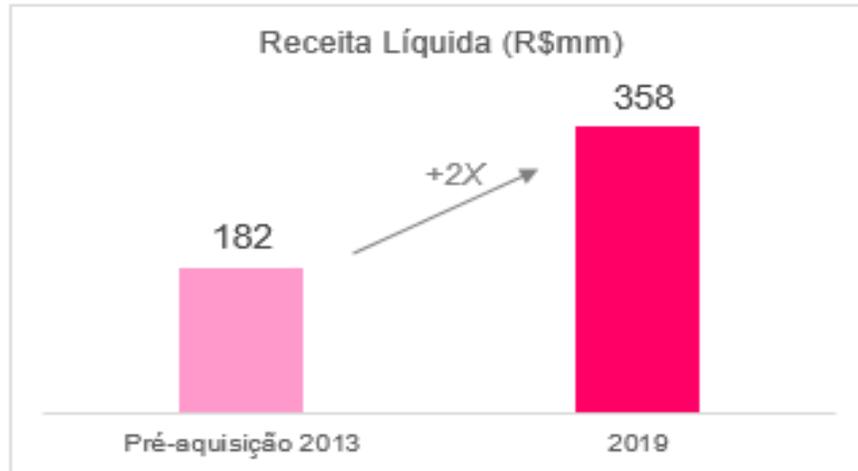
Notes:

1. Considera despesas pré-corporativas do EBITDA (ex-IFRS-16)
2. Safras de 2016/2017 inclui as unidades: Sete Lagoas (Jul/16), Catalão (Out/16), Divinópolis (Fev/17), Pouso Alegre (Mar/17), Nova Serrana (Abr/17), São Bento do Sul (Jan/17), Itajaí (Jul/17) e as aquisições de 2018 (CESUC e Faced)
3. Safra de 2018 inclui as unidades: Itabira (Jan/18), Jataí (Jan/18), Jabaquara (Jan/18), Santo Amaro (Jan/18), Paulista (Jan/18), Palácio Avenida (Jan/18), Jaraguá do Sul (Jan/18) e outras aquisições de 2018 (Faculdade Jangada)
4. Safra de 2019 inclui as unidades: Vila Leopoldina (Jan/19), Santana (Jan/19), São Bernardo do Campo (Jan/19), Guarulhos (Jan/19), Cubatão (Jan/19), Florianópolis Continente (Jan/19), Conselheiro Lafaiete (Jan/19), and Itumbiara (Jan/19)

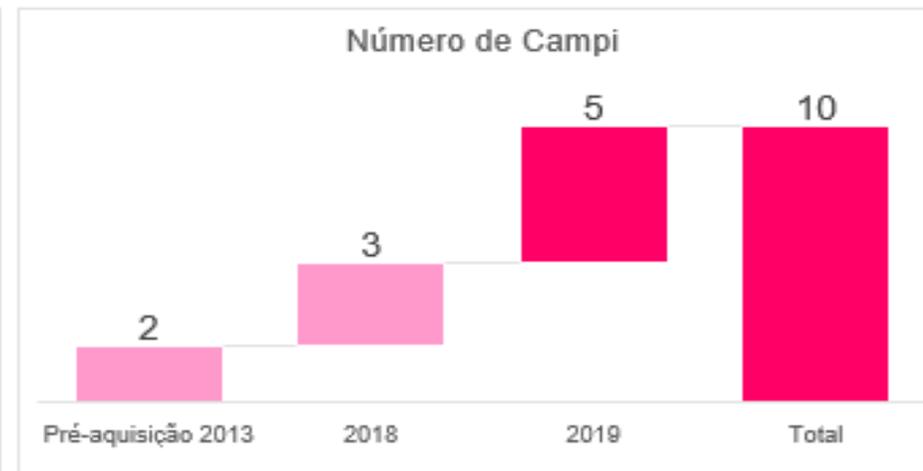
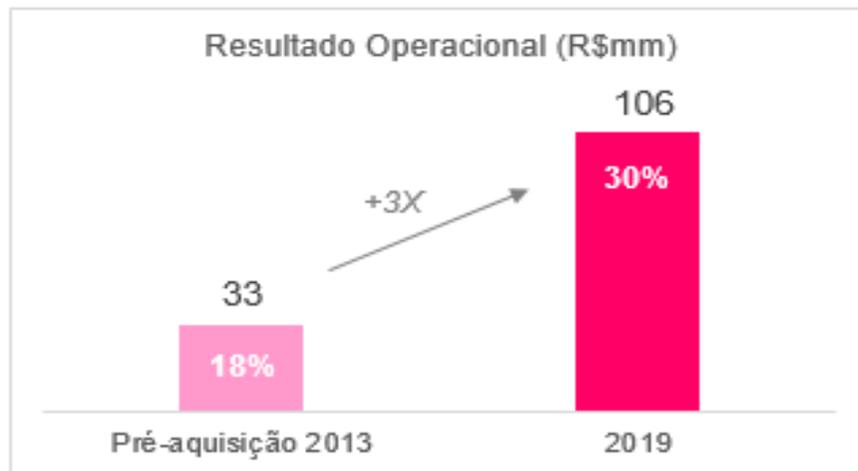
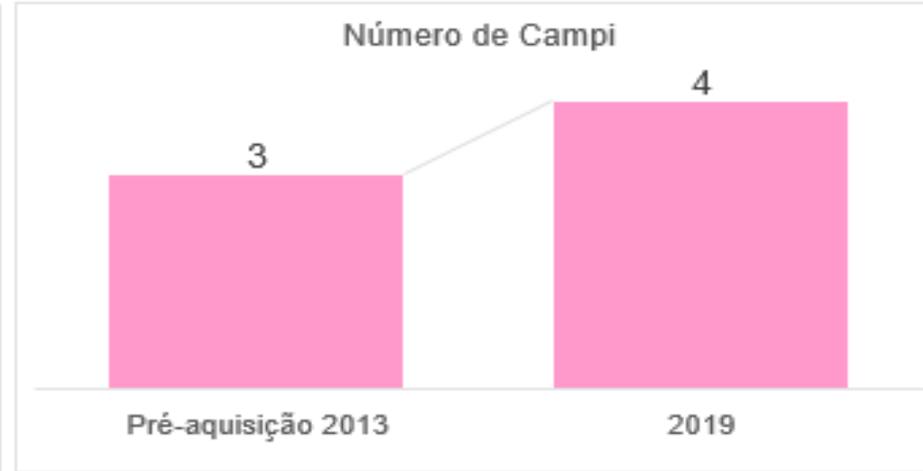
Nosso histórico de M&A

Estudo de Caso

Receitas



Numero de Campi



Note:

1. Considera EBITDA antes das despesas corporativas (ex-IFRS-16)
2. Índice Geral de Cursos Faixa
3. Refere-se a última publicação do IGC (2012 para a pré aquisição e 2018 atualmente)

Transação com Unisul

- ❑ Nov'19: opção para a aquisição de uma IES de 55 anos no Sul do país
- ❑ 2ª maior IES em Santa Catarina, com 19 mil alunos (14 mil graduação presencial);
- ❑ 287 vagas de Medicina, em maturação;

1

Passo importante da estratégia de expansão da Ânima, focado na vertical da saúde

- Posição consolidada na região de cobertura
- Portfolio de cursos diversificado e *premium*

2

Dois cursos de Medicina com nota alta 5 (CI), em região estratégica para a Ânima, com a Medicina em maturação

- 160 vagas em Palhoça - SC (Grande Florianópolis) – 1º melhor ENADE em SC
- 127 vagas em Tubarão - SC – 3º melhor ENADE em SC

3

Marca forte com posicionamento superior na região

- Marca forte, referência em qualidade através do Estado de Santa Catarina

4

Potencial de ganhos de sinergias operacionais com o sistema administrativo da Ânima.

- Potencial de sinergias administrativas - CSC
- Ganhos acadêmicas pela implementação do sistema administrativo Ânima

Potencial de Medicina



Marca	Região	Vagas	Fies	Prouni	Total	Alunos matriculados 2019	Potencial na maturidade	Possível crescimento
UniBH	Belo Horizonte/MG	160	16	16	192	994	1.152	158
USJT	Cubatão/SP	50	5	5	60	108	360	252
Ages (a)	Jacobina/BA	126	12	12	150	208	900	692
Ages	Irecê/BA	50	5	5	60	-	360	360
Faseh	Vespasiano/MG	100	10	10	120	597	720	123
Unifg	Guanambi/BA	50	5	5	60	220	360	140
Subtotal		536	53	53	642	2.127	3.852	1.725
Unifg (b)	Brumado/BA	50	5	5	60	-	360	360
Subtotal		50	5	5	60	-	360	360
Unisul (c)	Santa Catarina/SC	287	28	28	343	1.300	2.058	758
Subtotal		287	28	28	343	1.300	2.058	758
UNA (d)	Tucuruí/PA	50	5	5	60	-	360	360
USJT (d)	Limeira/SP	55	5	5	65	-	390	390
Subtotal		105	10	10	125	-	750	750
Adicionais USJT Cubatão (e)	Cubatão/SP	50	5	5	60	-	360	360
Adicionais Ages	Irecê/BA	50	5	5	60	-	360	360
Adicionais USJT Limeira	Limeira/SP	50	5	5	60	-	360	360
Adicionais Unifg	Brumado/BA	100	10	10	120	-	720	720
Subtotal		250	25	25	300	-	1.800	1.800
Total		1.228	121	121	1.470	3.427	8.820	5.393

(a) aguardando publicação da portaria de aumento de vagas de 85 para 126

(b) em fase final de construção do prédio, início previsto para 2021_2.

(c) existe ação do MPF para não admitirmos a quantidade total de alunos

(d) *sub judice* por questionamento de concorrentes. Vencemos o Edital, mas o segundo colocado recorreu na Justiça, já ganhamos em primeira instância.

(e) parecer da CAMEM desfavorável ao aumento de vagas por quantidade de leitos disponíveis, recorreremos ao CNE

Melhorias contínuas para governança - Benchmark

EQUIPE EXECUTIVA MULTIDISCIPLINAR

Marcelo Bueno

CEO

André Tavares

CFO

Marina Gelman

Diretora de Relações com Investidores e Institucionais

Patricia Fumagalli

VP de Transformação Digital

Carolina Marra

VP de Pessoas

Ricardo Caçado

VP de Operações

Guilherme Soárez

VP de Marketing e Educação continuada

Denise Campos

VP Acadêmica

DECISÕES ÁGIL ATRAVÉS DOS COMITÊS CONSULTIVOS

	CONSELHO	GESTÃO
ACADEMICAS	Daniel Castanho	Academic VP
AUDITORIA, GOVERNANÇA E GERENCIAMENTO DE RISCOS	Sílvio Genesini	Risk and Compliance Officer
FINANÇAS E M&A	Gabriel Ribeiro	CFO
PESSOAS	Maurício Escobar	People & Digital Transformation VP
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL	Daniel Goldberg	Digital Transformation Officer

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO INDEPENDENTE

Daniel Castanho
Presidente do Conselho e Fundador

Daniel Goldberg
Independent Vice-Chairman
Morgan Stanley
FARALLON
Capital Management S.L.

Antonoaldo Neves
Independent
Azul
TP AIR PORTUGAL

Maurício Escobar
Member and Founder

Gabriel Ribeiro
Member and Former CFO

Sílvio Genesini
Independent
accenture



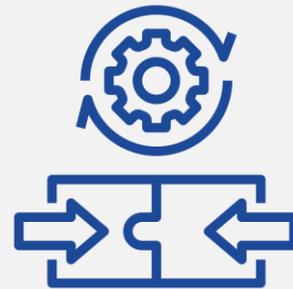
Principais conclusões



Crescimento significativo e expansão da margem



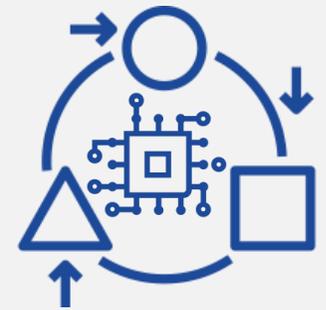
Execução e governança aprimoradas



M&A e integração



Modelo híbrido e aluno no centro



Transformação Digital e mentalidade orientada a dados, impulsionando diferenciação e eficiência



Iniciativas
COVID-19

Cenário COVID-19



Medidas adotadas em 27 de fevereiro



Iniciados preparativos para todas as atividades, docentes e administrativas, em ambiente virtual;



Criamos um comitê de emergência, em tempo integral monitorando os acontecimentos, fornecendo dados e apoiando as decisões da administração da Companhia;



O tema se tornou pauta fixa no **Comitê Executivo**, que tem trabalhado com várias possibilidades de cenários;



Já temos protocolos de retorno das atividades presenciais, a serem implementados a partir das recomendações locais.

Cenário COVID-19



Definição de 4 Eixos Centrais de Atuação

- 1 Pessoas**

Desde 20 de março **todos os educadores em ambiente 100% virtual**, sem prejuízo das atividades, mantendo a atividade intelectual em prol da saúde, ao mesmo tempo que iniciamos diversos preparos para o cuidado das pessoas no período de isolamento social;
- 2 Experiência Acadêmica**

E2A maduro sendo o diferencial por já termos ferramentas, materiais e professores devidamente preparados em todas as disciplinas de todos os nossos cursos. Desde 19 de março, 100% da nossa base de cerca de **140 mil* alunos estudando em casa**, em um cenário de aprendizagem que usa a tecnologia como ferramenta de aprimoramento desse encontro entre professores e alunos.
- 3 Resultados e Estrutura de Capital**

Monitoramento intensivo dos principais indicadores de negócio, com especial atenção para a base de alunos (**captação e evasão**) e o resultado financeiro (inadimplência/PDD). Estrutura de capital bastante fortalecida (**follow on em janeiro + R\$450 milhões IFC**). Medidas de apoio a alunos: **seguro educacional** e **novos financiamentos** com o Pravalier. Relatórios e *dashboard* específicos.
- 4 Sociedade**

Uma das primeiras empresas a assinar o **manifesto “Não Demita”**, além de participação em ações sociais com doações, voluntários, recursos digitais e integração do Ânima Lab em iniciativas de produção de máscaras.

* já inclui os alunos da Unisul onde teve início, em março, o período de co-gestão

Considerações Finais

Encerramos o primeiro semestre com resultados positivos, uma estrutura de capital sólida, lúcidos para atravessar os momentos difíceis que estão à nossa frente no curto prazo;

Agilidade para tomar decisões e implementar mudanças, adaptabilidade à nova forma de interação pessoal e profissional, e criatividade nas soluções adotadas são diferenciais que nos colocaram à frente, em uma posição privilegiada no setor educacional, em que todas as atividades, de alunos e educadores, estão mantidas com muita qualidade;

Nosso modelo de aprendizagem híbrido, centrado no desenvolvimento de competências, tornou-se uma referência que nos posiciona na vanguarda desse cenário em que já vivemos uma nova maneira de trabalhar, que intensifica a conexão de nossos alunos com seu futuro;

Nesse contexto, a força e qualidade reconhecidas de nossas marcas se tornam ainda mais centrais nas escolhas dos estudantes que precisam de uma experiência que os preparem para esse novo mundo;

A Ânima tem todos os atributos (modelo acadêmico, base de dados, tecnologia, pessoas e governança) para se destacar, tornando as dificuldades que essa crise atual criou uma grande oportunidade de dar maior visibilidade aos nossos diferenciais, nos fortalecendo para cada vez mais fazermos a diferença na transformação do país!

RESSALVA

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.