

A young man with dark hair and a beard is smiling and looking to his right. He is wearing a light blue button-down shirt over a green t-shirt and has a black backpack strap visible over his shoulder. The background is a blurred library or study area with bookshelves. The entire image has a greenish-blue color overlay.

**RESULTADOS 1T20**

ănima  
EDUCAÇÃO

## 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.

# PRINCIPAIS MENSAGENS

- Resultados do 1T20 seguem **apontando** a evolução de todos os nossos indicadores:
  - **Receita Líquida** consolidada de R\$338,6 milhões, **+20,1%** versus 1T19;
  - **Base de alunos** crescendo +10,6% em relação ao ano de 2019;
  - **Ticket segue sua trajetória: aumento de +9,6% versus 1T19;**
  - **E2A** trazendo melhora com custo com pessoal de 2,7pp vs. 1T19;
  - **EBITDA ajustado** de R\$118,3 milhões (+21,4% vs. 1T19);
  - **Margem** atingiu 34,9% sobre a Receita Líquida (+0,3pp vs. 1T19).
- COVID-19
  - **Estrutura de capital** muito fortalecida e preparados para o atual momento;
  - Modelo **acadêmico híbrido** se tornou realidade e referência no país;
  - Em 5 dias, convertemos o cenário de aprendizagem para cerca de **140 mil\* alunos e alunas**;
  - Cerca de **8.000 educadores** atuando via *home office*, com eficiência e segurança;
  - Para apoiar os alunos em dificuldades financeiras:
    - contratamos um **seguro educacional**;
    - além de **duas novas modalidades de financiamento**, administrados pelo Pravalier;
  - Construção de base de dados específica para monitorar efeitos Covid-19 na retenção;
  - Já estamos preparados para voltar às atividades presenciais, logo que possível e conforme orientações das autoridades de saúde.

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



# Iniciativas **COVID-19**



# CENÁRIO DA 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 DA 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

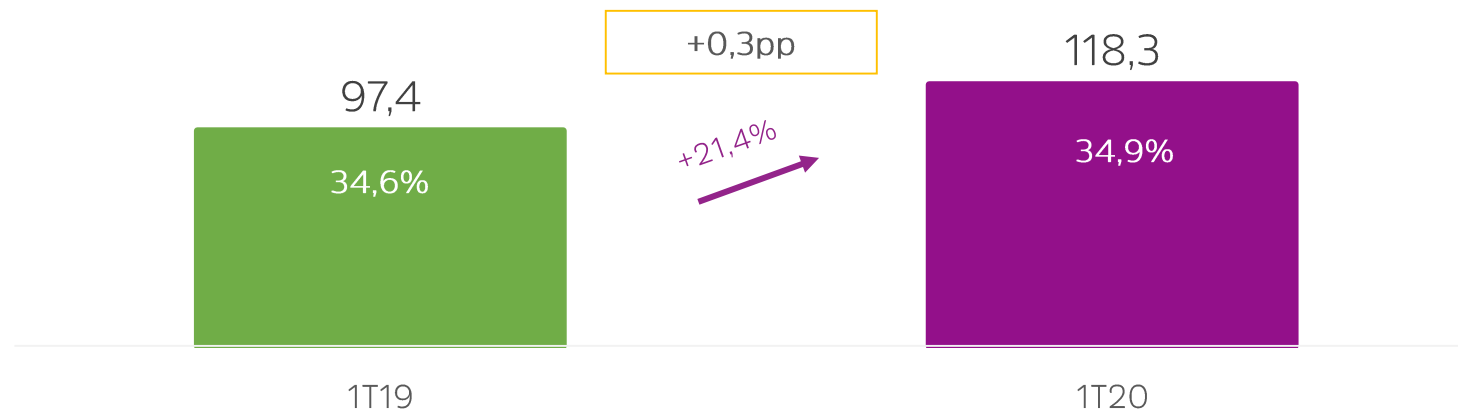




# **RESULTADOS CONSOLIDADOS**

# EBITDA Ajustado

(em R\$ milhões)

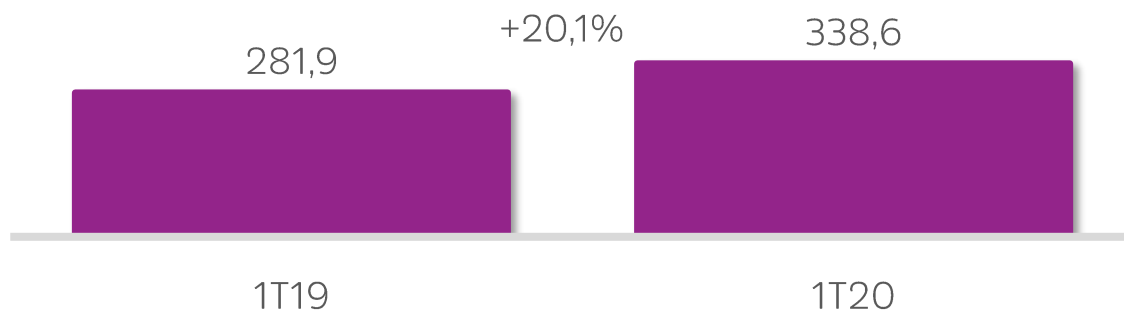


- EBITDA 1T20 de R118,3 milhões (+21,4% vs. 1T19), margem de 34,9% sobre a Receita Líquida (+0,3pp vs. 1T19).
- Os principais itens que contribuíram positivamente para o crescimento do Ebitda, foram: Base de alunos e ticket; Ganhos com eficiência docente (E2A); e Expansões via aquisições.
- Os principais itens que pressionaram o Ebitda, foram: PDD; Serviços de terceiros; e Aluguel e Ocupação.



# Consolidado

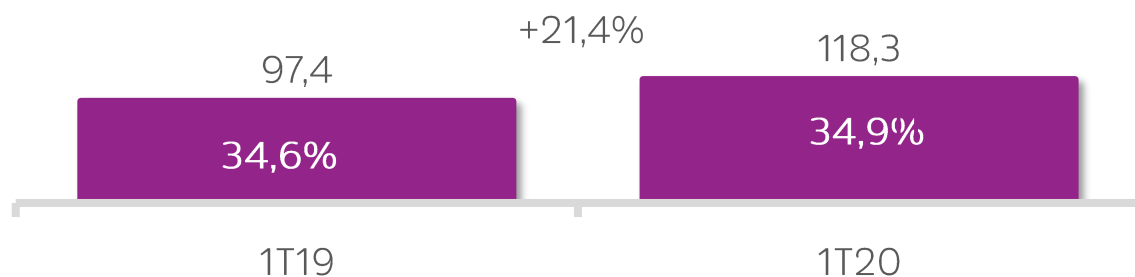
## Receita Líquida (R\$ milhões)



Ensino (96%)  
Outros Negócios (4%)  
**Receita Líquida**

**1T20**  
18,7%  
68,0%  
**20,1%**

## EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



**Margem Bruta**  
Desp. Comercial  
Desp. Gerais e Adm  
Outras  
Corporativas  
**Margem EBITDA**

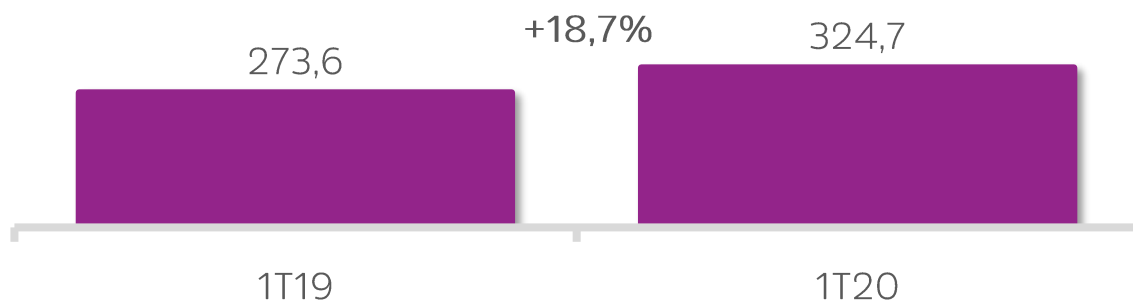
**1T20**  
2,2pp  
-0,8pp  
-0,1pp  
-0,5pp  
-0,5pp  
**0,3pp**



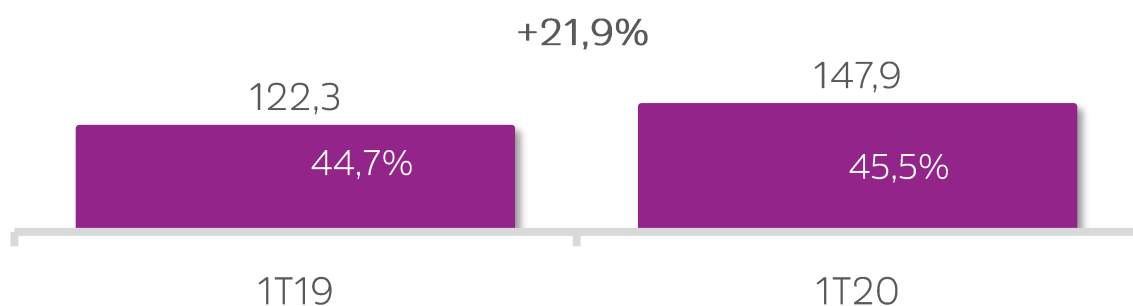
**ENSINO**

# Ensino

## Receita Líquida (R\$ milhões)



## Resultado Operacional (R\$ milhões)



Base de Alunos  
Ticket Médio Líquido  
Excl. Aquisições  
Aquisições

**1T20**

1,0%

4,9%

5,9%

12,8%

**Receita Líquida Ensino**

**18,7%**

Margem Bruta

**1T20**

2,2pp

Desp. Comercial

-0,7pp

Desp. Gerais e Adm

-0,2pp

Outras

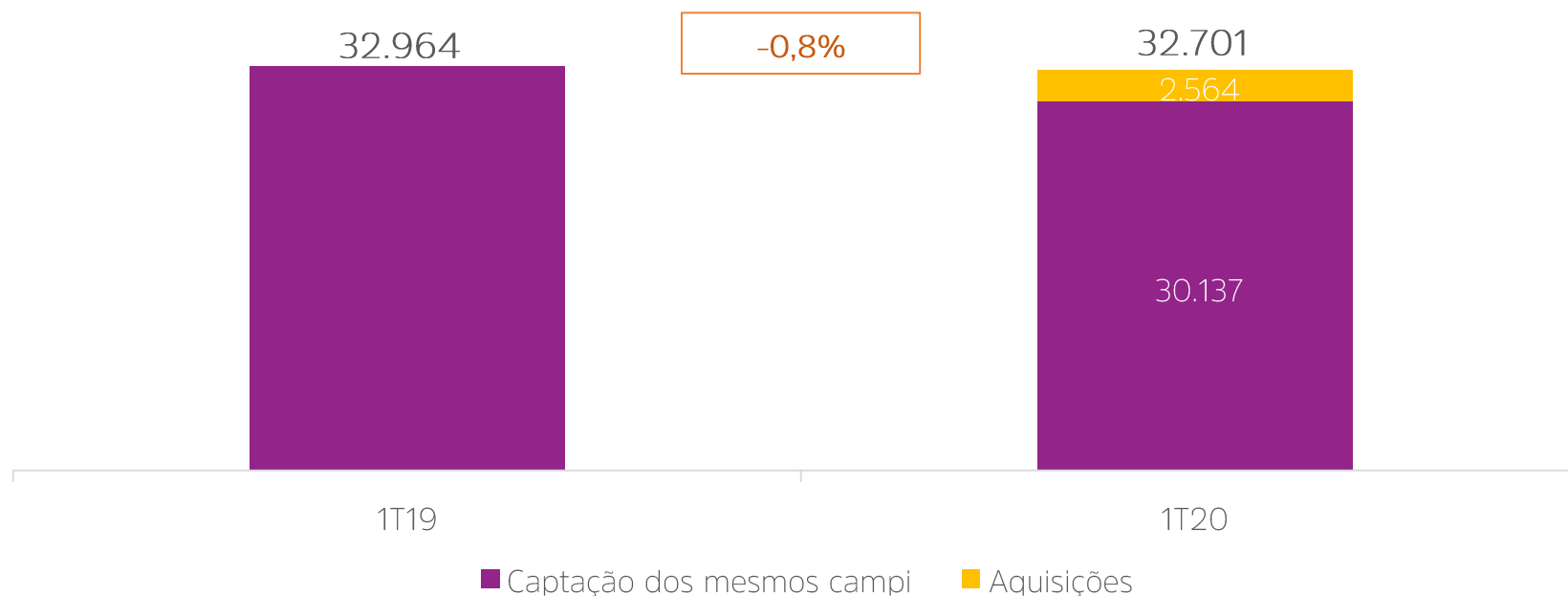
-0,4pp

**Resultado Operacional Ensino**

**0,8pp**

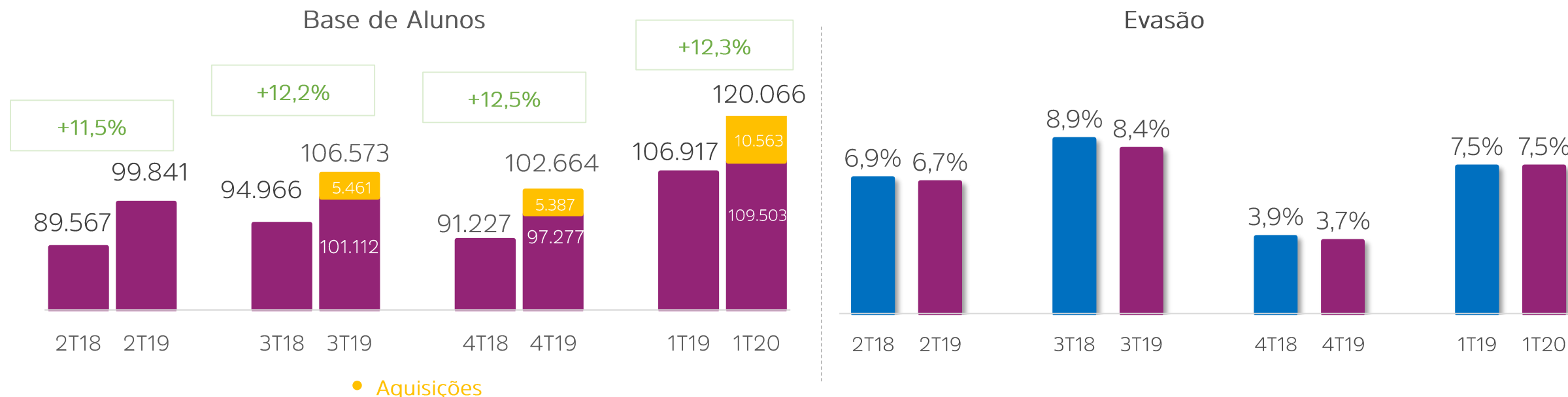


# Captação: Graduação



- Iniciamos o 1T20 com 32,7 mil novos alunos de graduação, uma queda de 0,8% vs. o mesmo período do ano anterior (-8,6% excluindo as aquisições), previsivelmente pressionado pela competição mais intensa nas praças maiores onde temos atuação e também pelos impactos da pandemia ao final do processo.

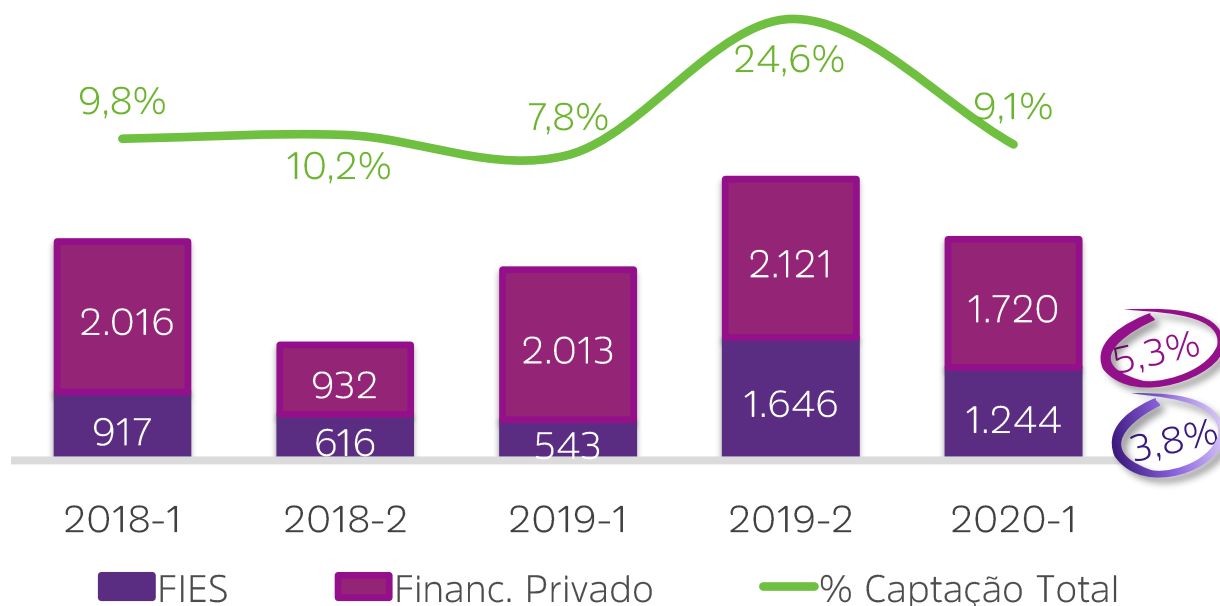
# Base de Alunos: Graduação



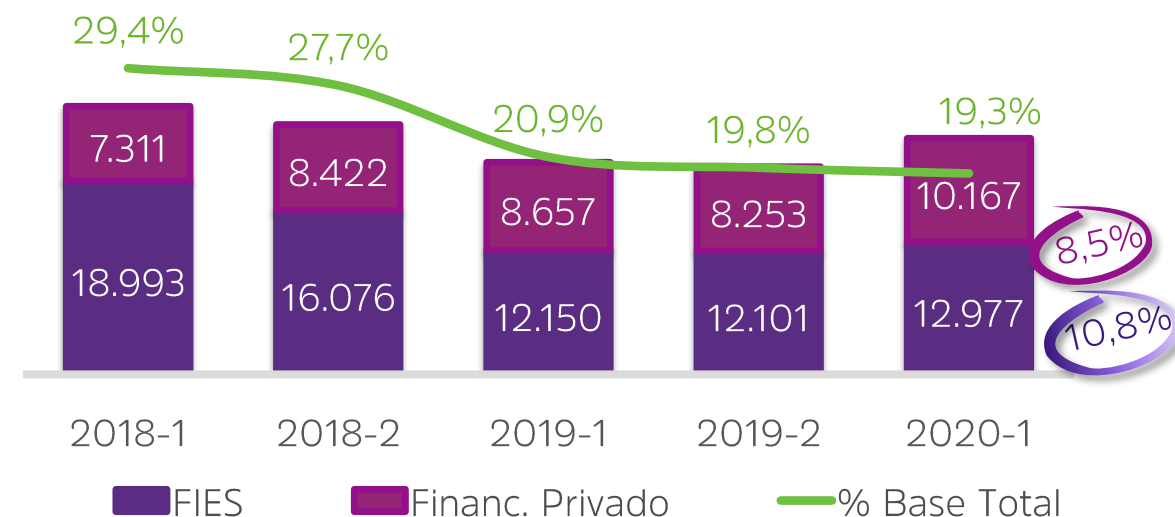
- Mesmo em um cenário competitivo ainda desafiador e um processo de captação com volume pressionado, a contínua melhora nas taxas de retenção, especialmente impactadas pelos resultados do projeto J2A (Jornada do Aluno Ânima), nos garantiu o crescimento reportado.
- Crescemos nossa base de alunos média da graduação em +12,3% no 1T20 vs. 1T19 (+2,4% excluindo as aquisições).

# Financiamento Estudantil

Financiamento Estudantil  
-- Captação Total --



Financiamento Estudantil  
-- Base de Alunos --

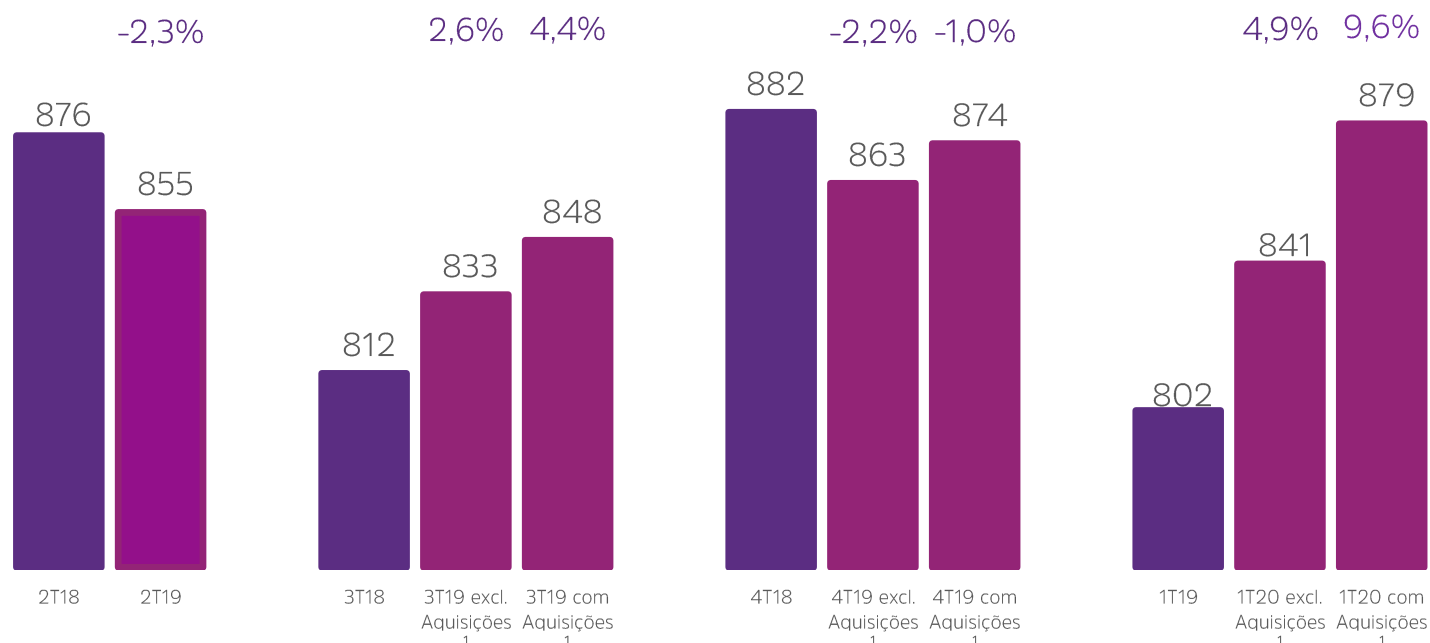


- Encerramos o trimestre com um pouco mais de 12,9 mil alunos com FIES (10,8% da base). Excluindo a AGES e Unicuritiba, chegamos a 10,3 mil alunos ao final do período (8,6% da base).
- Em relação ao Pravalier, nossa base de alunos encerrou o trimestre com 10,2 mil alunos com financiamento privado, 8,5% da base de graduação, sendo 2,9 mil utilizando o risco de crédito do nosso balanço (2,4% da base).



# Ticket Médio Líquido

Ticket Médio Líquido  
(R\$/mês)

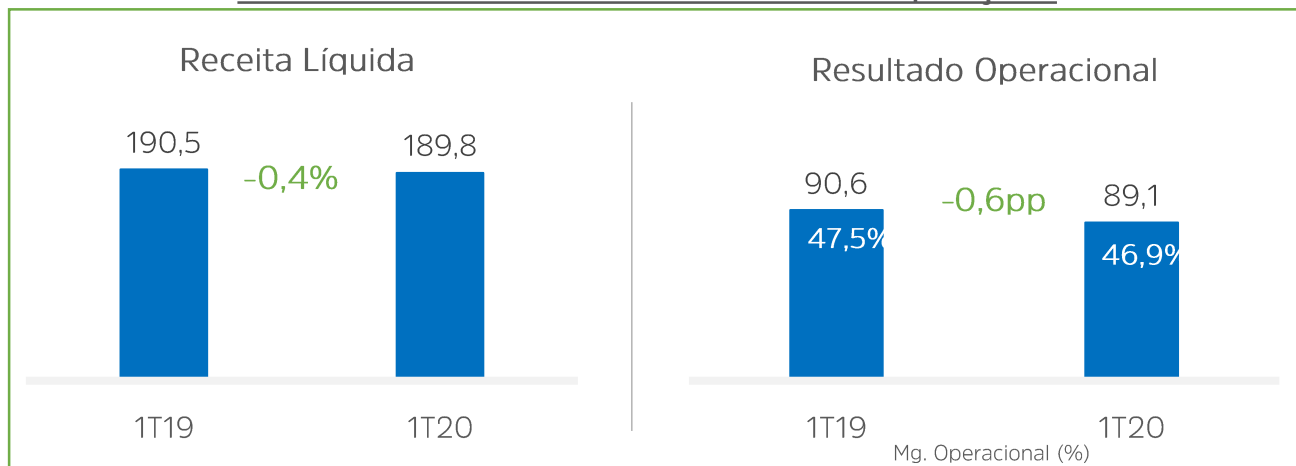


Os esforços que temos dedicado para recuperação de ticket, e que envolvem uma série de iniciativas internas, resultaram em um ticket médio líquido melhor do que apontava a tendência do ano anterior, mostrando que seguimos no caminho certo para uma trajetória sustentável de crescimento.

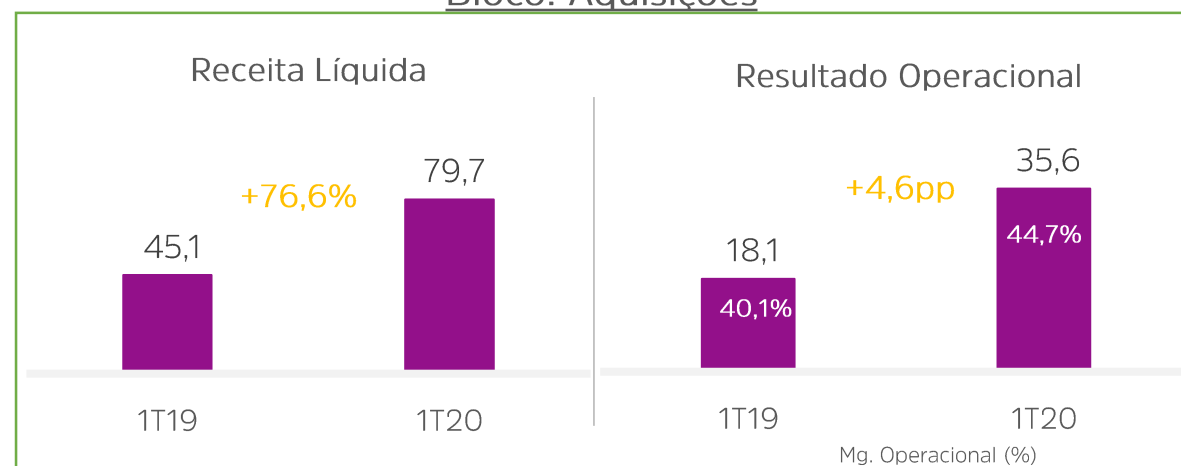
<sup>1</sup> AGES a partir de ago'2019 e Unicuritiba a partir de fev'2020

# Ensino – Integração das Aquisições e Impactos Q2A

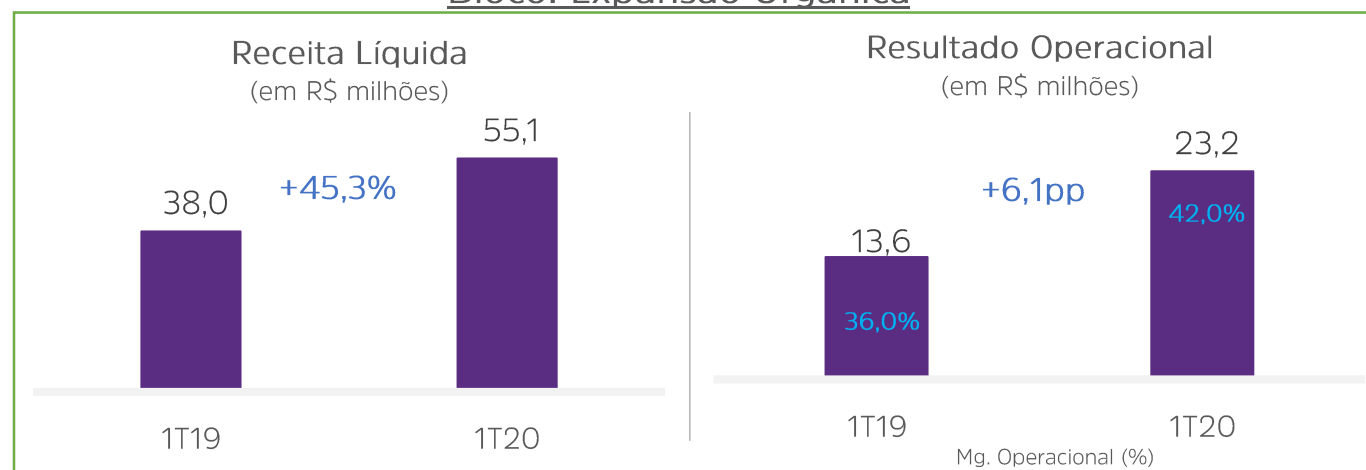
## Bloco: Base Excl. novas unidades e aquisições



## Bloco: Aquisições



## Bloco: Expansão Orgânica



<sup>1</sup> Considera Una, UniBH e São Judas (incluindo campus Unimonte, mas excluindo aquisições e novas unidades acadêmicas abertas a partir de 2016)

<sup>2</sup> Considera as aquisições realizadas ao longo de 2016 (UniSociesc Fev'16, Una Bom Despacho Jul'16 e Una Uberlândia Out'16)

<sup>3</sup> Considera expansão orgânica: Unidades de 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), 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), Vila Leopoldina (Jan'19), Santana (Jan'19), São Bernardo do Campo (Jan'19), Guarulhos (Jan'19), Cubatão (Jan'19), Florianópolis Continente (Jan'19), Conselheiro Lafaete (Jan'19), Itumbiara (Jan'19), e as aquisições realizadas em 2018 (CESUC, Faculdade Jangada e Faced)



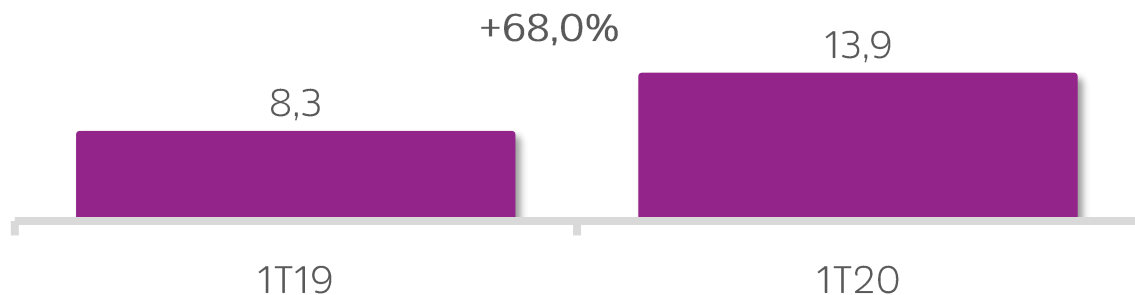
A man with a beard and short dark hair, wearing a white polo shirt, is shown in profile from the chest up. He is smiling and looking down at a smartphone he is holding in his hands. The background is a warm, orange-toned interior space with a grid pattern overlaid. The text "OUTROS NEGÓCIOS" is written in white, bold, uppercase letters inside a white rectangular box in the lower right area of the image.

**OUTROS NEGÓCIOS**

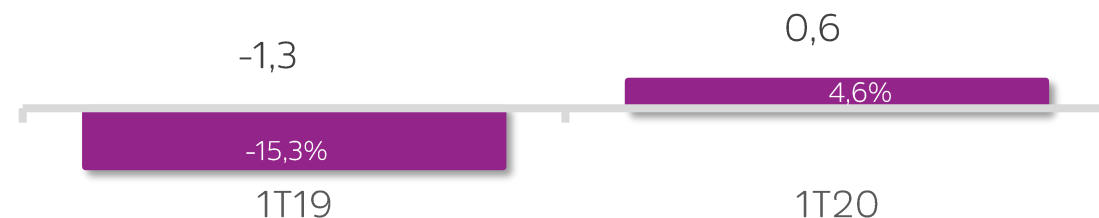


# Outros Negócios

Receita Líquida  
(R\$ milhões)



Resultado Operacional  
(R\$ milhões)



- No 1T20, os outros negócios apresentaram Resultado Operacional de R\$0,6 milhões, ante -R\$1,3 milhões no 1T19, explicado pelo amadurecimento, e consequente ganho de escala, da EBRADI com resultados mais consistentes.
- O desempenho da hsm, foi diretamente impactado pela pandemia da COVID-19 já na segunda quinzena de março de 2020, com cancelamentos de eventos e cursos presenciais. Neste cenário, considerando que o setor de educação corporativa passará por mudanças estruturais, atualizamos o teste de *impairment* para essa unidade de negócios, que gerou um ajuste contábil no ativo de R\$61,6 milhões no período.

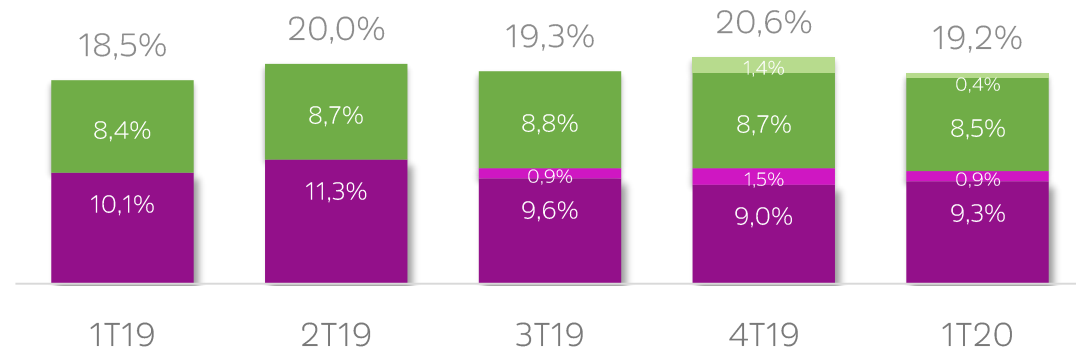
A man with dark hair is shown in profile, looking down. He is wearing large, over-ear headphones with a visible 'AKG' logo on the ear cup. The background is a blurred image of tropical foliage, including palm trees. The entire image has a green and yellow color overlay. A white rectangular box with a thin border is positioned in the lower right area, containing the text 'DESPESAS CORPORATIVAS E G&A' in bold, white, uppercase letters.

# **DESPESAS CORPORATIVAS E G&A**

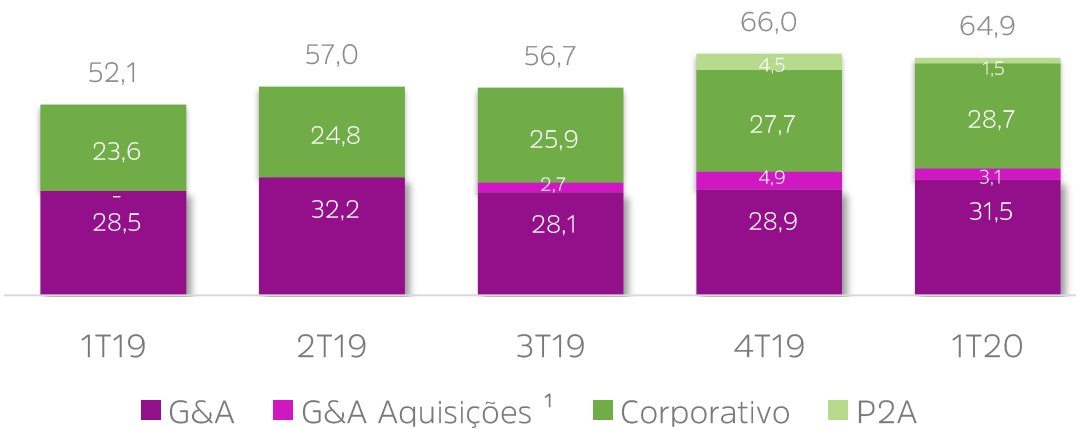


# Despesas Corporativas e G&A

Despesas Corporativas e G&A  
(em % da Receita Líquida)



(em R\$ milhões)

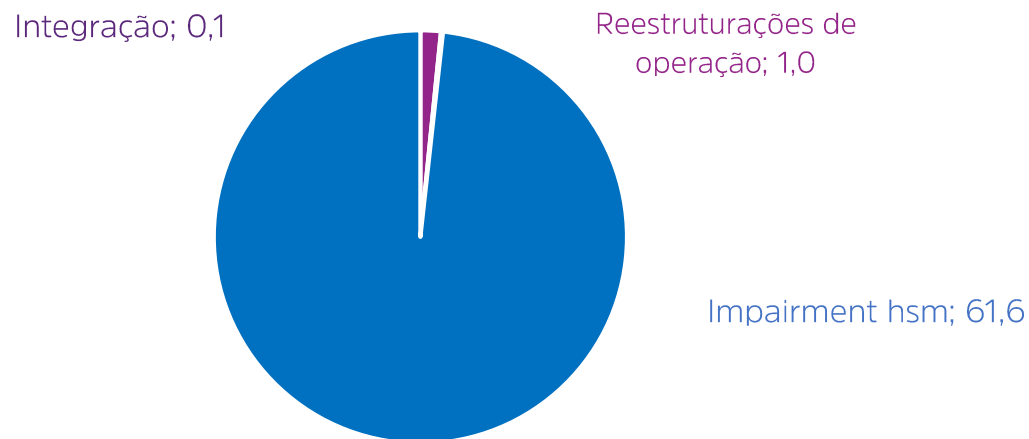


- Despesas Corporativas: R\$30,2 milhões no 1T20 e representaram 8,9% da Receita Líquida (-0,5pp vs. 1T19).
- Despesas G&A: R\$34,7 milhões no período, e representaram 10,2% da Receita Líquida, -0,1pp versus 1T19.
- Programa de remuneração variável (P2A – Programa Apaixonados pela Ânima): parte do valor estava atrelado ao desempenho do primeiro trimestre. Registramos nesse 1T20, R\$1,5 milhão adicional nas despesas corporativas a esse título. Com isso, finalizamos os valores relativos ao P2A 2019.



# Itens Não Recorrentes

1T20 – EBITDA  
(em R\$ milhões)

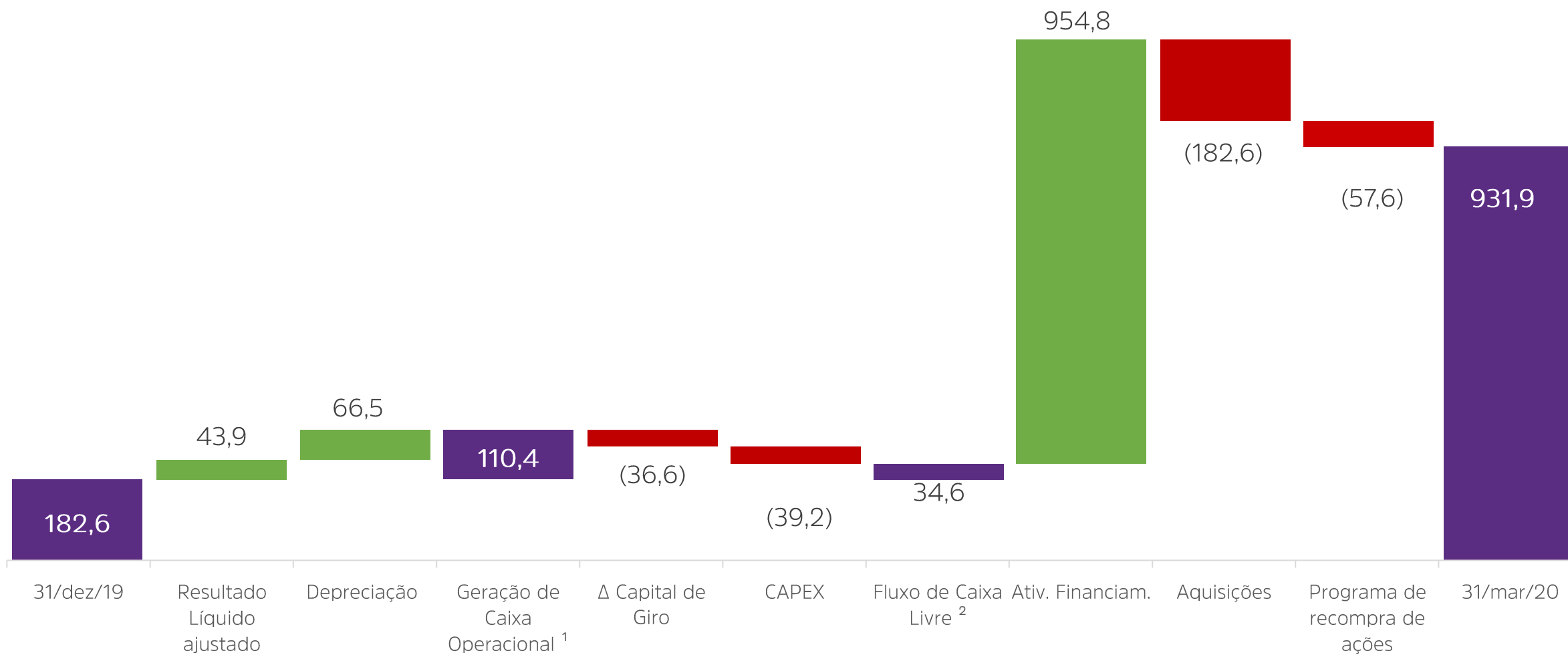


- Os itens não recorrentes (excluindo o *impairment* da hsm) que impactaram o EBITDA, totalizaram R\$1,1 milhão no 1T20 e estão principalmente relacionados ao valor remanescente das reorganizações de estruturas administrativas realizadas em 2019 focadas em ganhos de eficiência na gestão.
- Conforme reportado, a atualização do teste de *impairment* da hsm gerou um ajuste contábil no ativo de R\$61,6 milhões no período.



**GERAÇÃO  
DE CAIXA**

# Fluxo de Caixa – 1T20



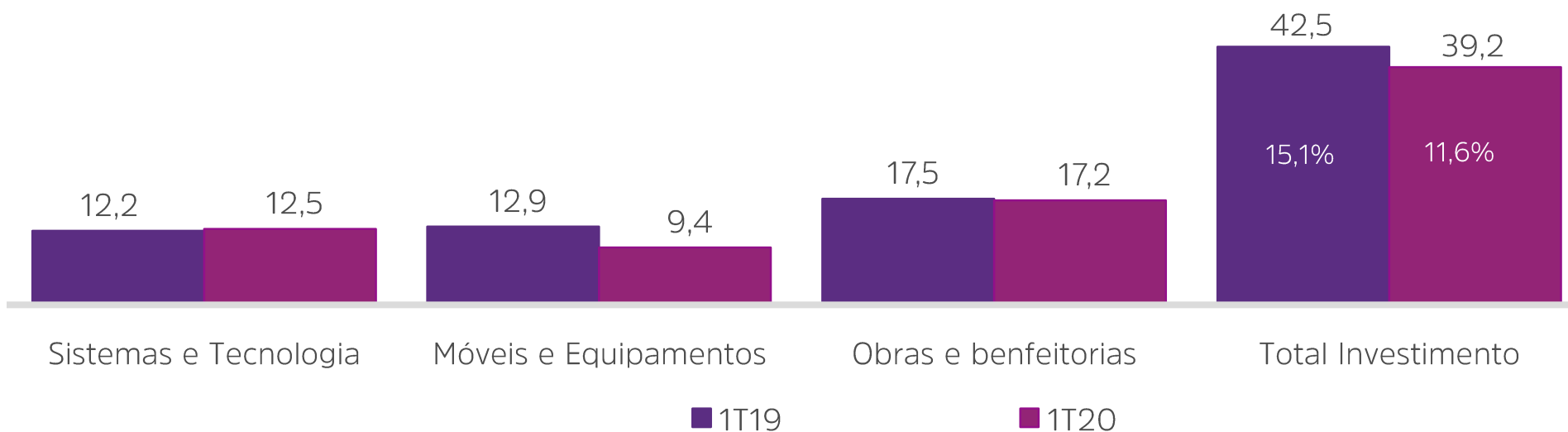
<sup>1</sup> Geração de Caixa Operacional = Resultado Líquido + Depreciação & Outros Itens não Caixa

<sup>2</sup> Fluxo de Caixa Livre = Geração de Caixa Operacional – Capital de Giro – Capex



# CAPEX

Em R\$ milhões



- No 1T20, nossos investimentos totalizaram R\$39,2 milhões ou 11,6% sobre a Receita Líquida, -3,5pp vs. 1T19.
- Unidades da expansão orgânica representaram 35% do Capex total no 1T20, ou R\$13,8 milhões. Excluindo esse efeito, nosso Capex seria de R\$25,4 milhões, ou 7,5% da Receita Líquida.

# Caixa e Endividamento Líquido

Valores em R\$ (milhões)	Consolidado Ânima		
	MAR 20	DEZ 19	MAR 19
<b>(+) Total de Disponibilidades</b>	<b>931,9</b>	<b>182,6</b>	<b>136,7</b>
Caixa	36,4	31,6	44,5
Aplicações Financeiras	895,5	151,0	92,2
<b>(-) Total de Empréstimos e Financiamentos <sup>1</sup></b>	<b>629,3</b>	<b>692,9</b>	<b>376,0</b>
Curto prazo	90,4	105,8	80,0
Longo prazo	538,8	587,0	296,0
<b>(=) Disponibilidade (Dívida) Líquida <sup>2</sup></b>	<b>302,6</b>	<b>(510,3)</b>	<b>(790,0)</b>
(-) Outras Obrigações de Curto e Longo Prazo	124,0	143,1	103,2
<b>(=) Disponibilidade (Dívida) Líquida excl. IFRS-16 <sup>3</sup></b>	<b>178,6</b>	<b>(653,4)</b>	<b>(893,2)</b>
<b>(-) Passivo Arrendamentos (IFRS-16)</b>	<b>594,9</b>	<b>555,2</b>	<b>550,7</b>
Curto prazo	29,7	24,7	27,2
Longo prazo	565,2	530,5	523,5
<b>(=) Disponibilidade (Dívida) Líquida com IFRS-16 <sup>3</sup></b>	<b>(416,2)</b>	<b>(1.208,6)</b>	<b>(1.443,9)</b>

<sup>1</sup> Valor líquido ajustado pelo swap

<sup>2</sup> Disponibilidade considerando apenas as obrigações bancárias.

<sup>3</sup> Disponibilidade considerando todas as obrigações de curto e longo prazos relacionadas ao pagamento de parcelamentos tributários e às aquisições.

- Encerramos o trimestre com uma disponibilidade líquida positiva de R\$178,6 milhões, ou alavancagem de -0,82x (dívida líquida ÷ EBITDA ajustado dos últimos 12 meses\*), uma vez que passamos a ter uma posição de caixa significativamente superior ao nosso endividamento.
- Explicado principalmente pela captação anunciada de R\$1,1 bilhão na oferta pública restrita de ações que realizamos em janeiro de 2020.

\*Ebitda ajustado ex-IFRS dos últimos 12 meses (R\$217,9)

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Encerramos o 1T20 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!



# Teleconferência 4T19

## Webinar

em Português pela plataforma zoom  
com áudio simultâneo de tradução para o inglês via webcast

15 de maio de 2020

10h00 (horário de Brasília) | 09h00 (NY)

Para acessar o Webinar (português): [clique aqui](#)

Para acessar o webcast com o áudio em inglês: [clique aqui](#)

Contatos RI:

ri@animaeducacao.com.br

+55 (11) 4302-2611