



B2C ENSINO SUPERIOR • ROBERTO VALÉRIO

DISCLAIMER

O material que se segue é uma apresentação de informações gerais da Companhia. Tratam-se de informações resumidas sem intenção de serem completas, que não devem ser consideradas por investidores potenciais como recomendação. Esta apresentação é estritamente confidencial e não pode ser divulgada a nenhuma outra pessoa. Não fazemos nenhuma declaração nem damos nenhuma garantia quanto à correção, adequação ou abrangência das informações aqui apresentadas, que não devem ser usadas como base para decisões de investimento.

Esta apresentação contém declarações e informações prospectivas nos termos da Cláusula 27A da Securities Act of 1933 e Cláusula 21E do Securities Exchange Act of 1934. Tais declarações e informações prospectivas são unicamente previsões e não garantias do desempenho futuro. Advertimos os investidores de que as referidas declarações e informações prospectivas estão e estarão, conforme o caso, sujeitas a riscos, incertezas e fatores relativos às operações e aos ambientes de negócios da Companhia e suas controladas, em virtude dos quais os resultados reais de tais sociedades podem diferir de maneira relevante de resultados futuros expressos ou implícitos nas declarações e informações prospectivas.

Embora a Companhia acredite que as expectativas e premissas contidas nas declarações e informações prospectivas sejam razoáveis e baseadas em dados atualmente disponíveis à sua administração, a Companhia não pode garantir resultados ou acontecimentos futuros. A Companhia isenta-se expressamente do dever de atualizar qualquer uma das declarações e informações prospectivas.

Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários. Esta apresentação e seu conteúdo não constituem a base de um contrato ou compromisso de qualquer espécie.

NOVAMENTE PERCEBEMOS GRANDES VETORES QUE SERÃO FUNDAMENTAIS PARA A GERAÇÃO DE VALOR

AQUISIÇÃO IUNI

AQUISIÇÃO UNOPAR

AQUISIÇÃO ANHANGUERA

2010

2011

2014

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

AQUISIÇÃO SOMOS

NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO B2B



B2C – Educação Básica
B2B – Ensino Superior
B2B – Educação Básica

2018/2019

FOCO EM EFICIÊNCIA E QUALIDADE

+

DIGITALIZAÇÃO DO ENSINO

+

ESCALA COMO ALAVANCA DE VALOR

+

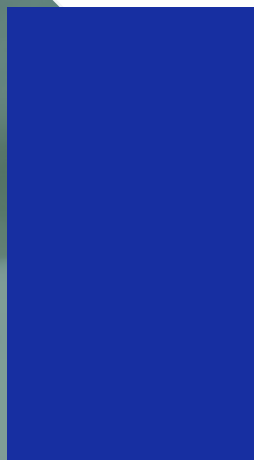
FOCO NA EDUCAÇÃO BÁSICA E NOS MERCADOS B2B

A KROTON
AINDA TEM
ESPAÇO PARA
CRESCER?





5bi



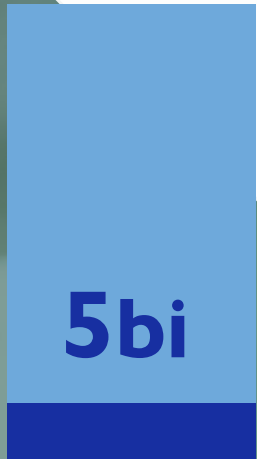
B2C
ENSINO
SUPERIOR

*GRADUAÇÃO

A KROTON É HOJE
O MAIOR PLAYER
DE ENSINO SUPERIOR DO
BRASIL, COM UMA RECEITA
LÍQUIDA TOTAL DE **R\$5bi**



55bi



**B2C
ENSINO
SUPERIOR**

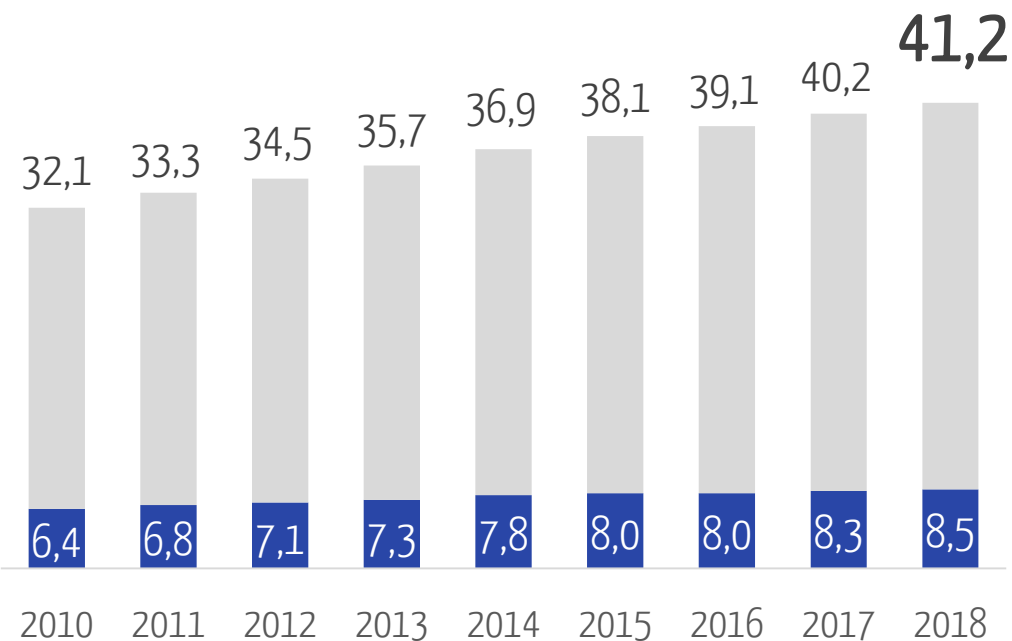
*GRADUAÇÃO

AINDA HÁ UMA
**GRANDE
OPORTUNIDADE**
DE GANHO DE
MARKET SHARE

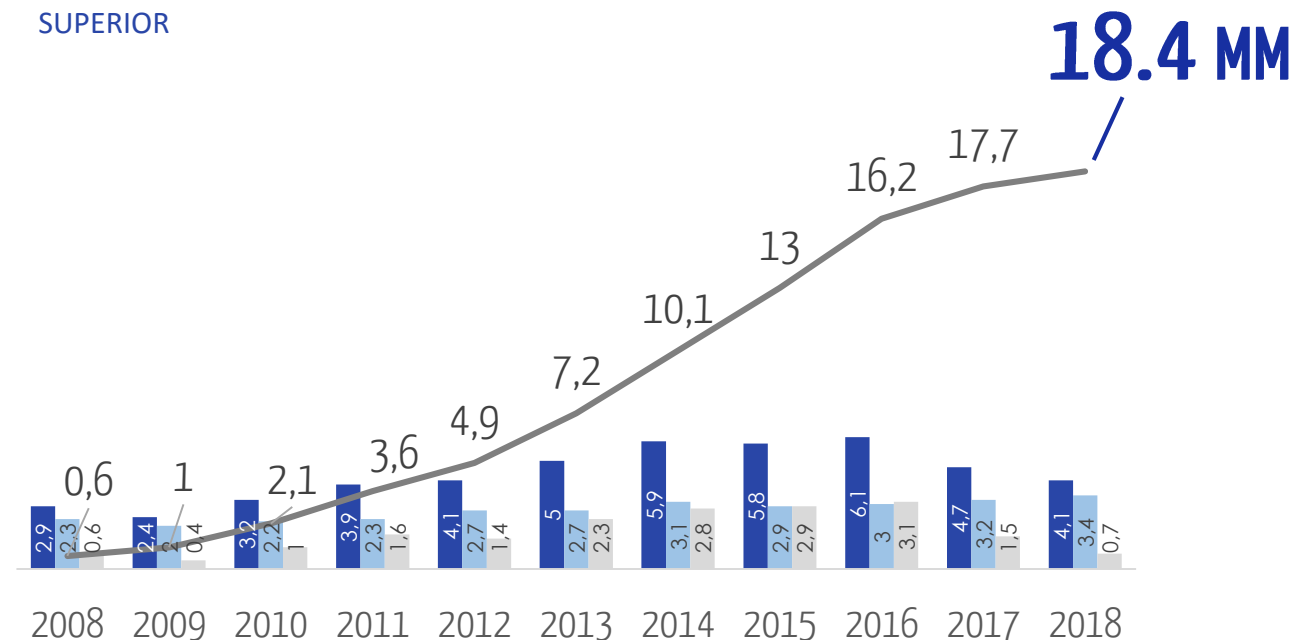


Além de um enorme potencial de crescimento do mercado, comprovado pela demanda latente e pelo número de inscritos nos últimos ENEM

BASE DE ALUNOS NO ENSINO SUPERIOR VS DEMANDA LATENTE



ESTOQUE DE ALUNOS QUE REALIZARAM ENEM E NÃO SE MATRICULARAM NO ENSINO SUPERIOR

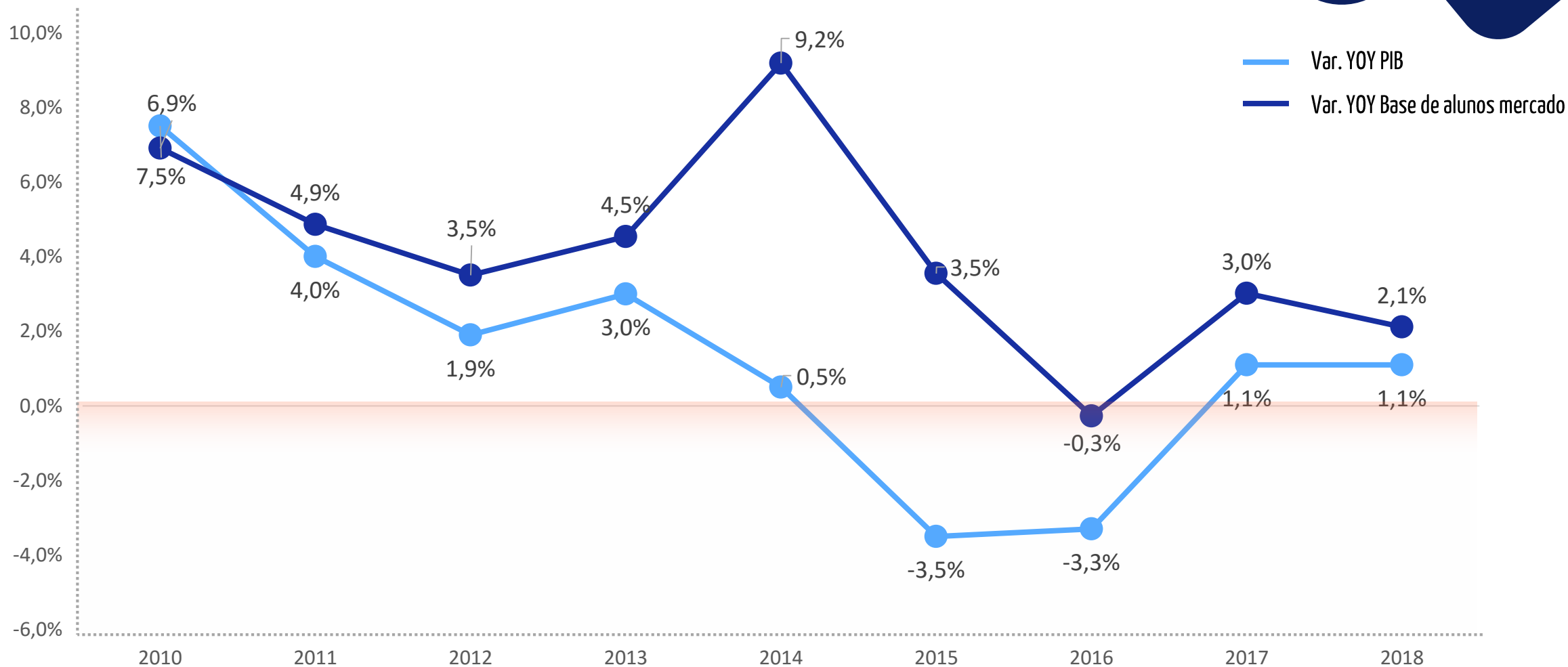


● Matrícula ● Demanda latente

Demanda Latente: Pop. 17 a 49 anos com ensino médio completo (IBGE 2010) acrescida de egressos do Ensino Médio (Censo E.B. INEP anual) e subtraídos os concluintes do Ensino Superior (Censo E.S. INEP anual)

● Alunos que realizaram o ENEM
 ● Novas matrículas Ens. Superior
 ● Prospects ENEM
 ● Estoque prospects ENEM acumulado

E se a economia acelerar, essa demanda latente será ativada com maior intensidade, dada a influência do crescimento do PIB na base de alunos

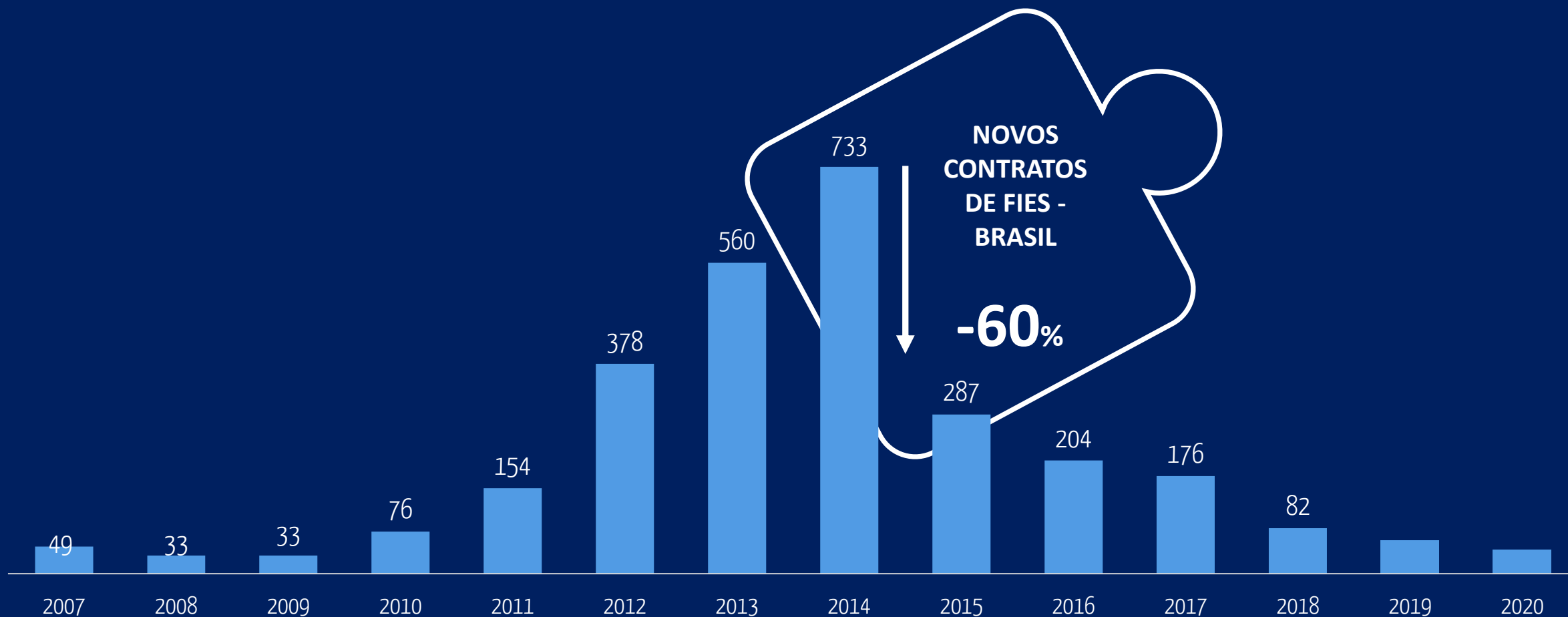


ESTAMOS
ENCERRANDO NO
ENSINO SUPERIOR

UM CICLO DO MODELO DE FINANCIAMENTO

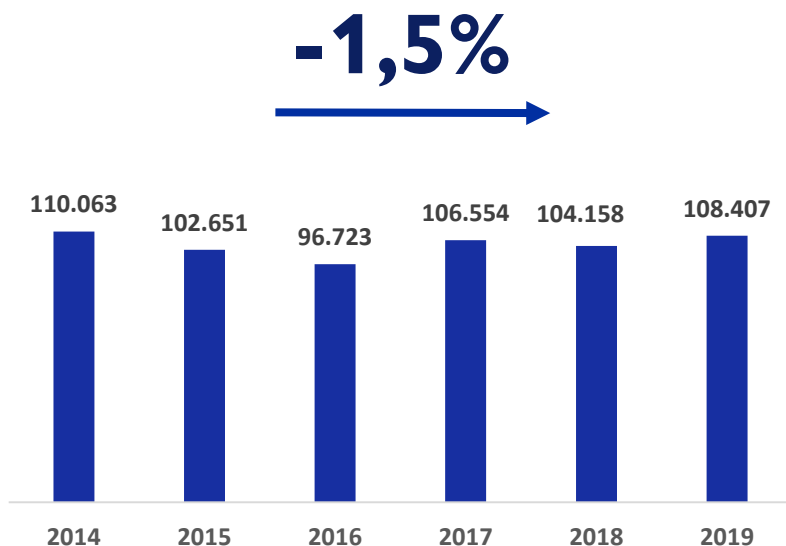


Apesar da mudança no modelo de financiamento de alunos do Ensino Superior ocorrida em 2015...

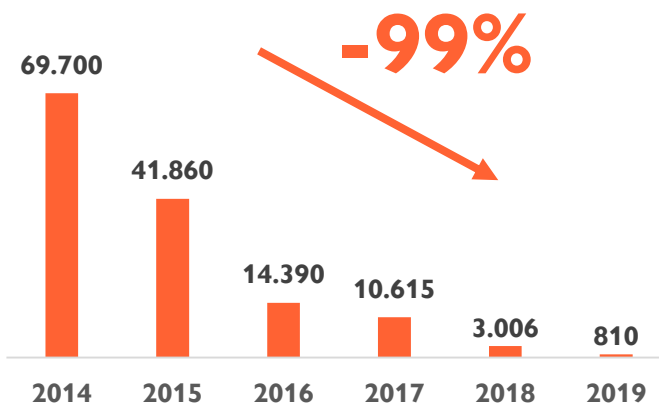


...conseguimos manter nossos volumes de captação, compensando a queda de alunos FIES com alunos Pagantes

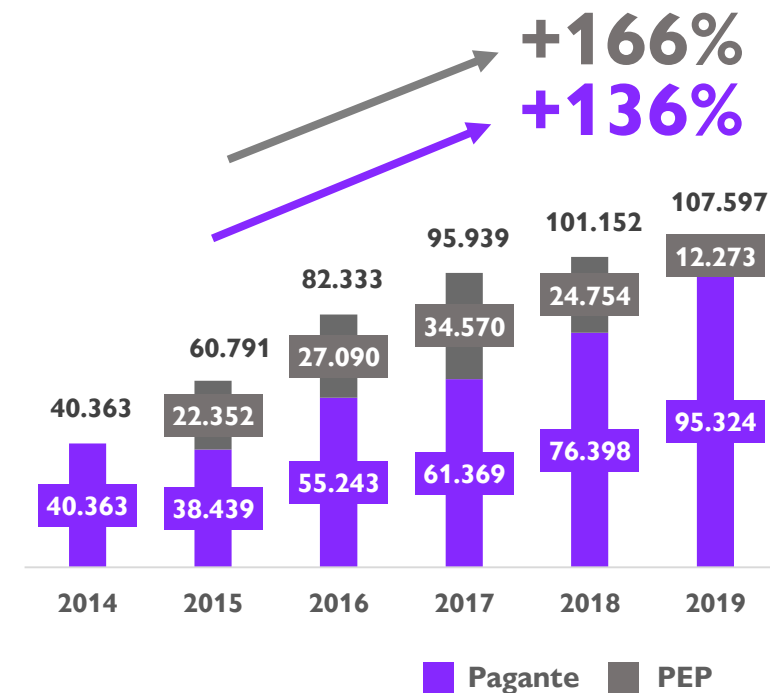
Matrículas 1º semestre Kroton Presencial (Ex Prouni)



Matrículas 1º semestre Kroton Presencial (FIES)



Matrículas 1º semestre Kroton Presencial (Pagantes + PEP)

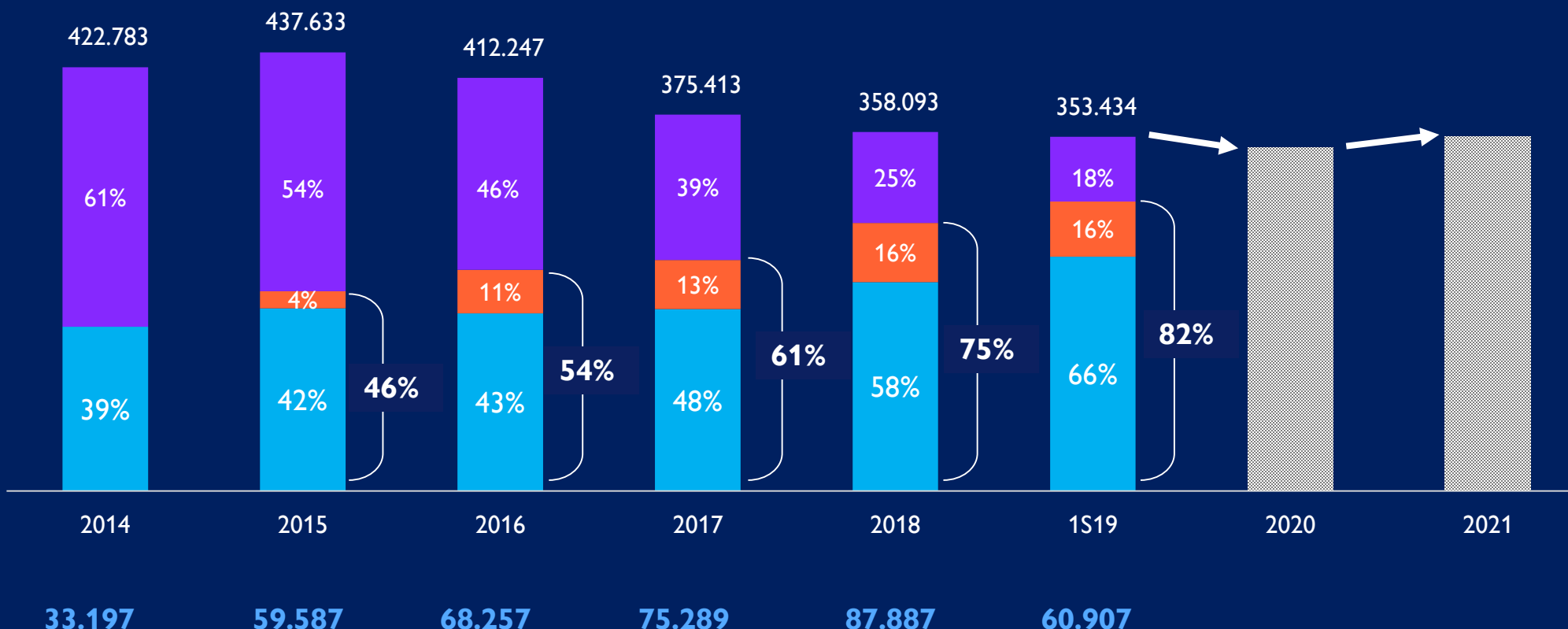


Ainda que a captação tenha se mantido estável, o alto volume de formaturas de alunos FIES gera um impacto relevante na nossa base. Essa dinâmica se encerra em 2020



Base de Alunos 2º semestre Kroton

- Base FIES
- Base PEP
- Base Pagante + ProUni



COMO VAMOS
RETOMAR O
CRESCIMENTO
DA BASE DE
ALUNOS?



A Kroton é a empresa melhor posicionada para competir no mercado atual, com alta qualidade e eficiência operacional para capturar as oportunidades de mercado que surgem com a melhoria do cenário econômico



MAIOR E MELHOR
REDE DE DISTRIBUIÇÃO



PORTFÓLIO DE PRODUTOS
COMPLETO



AMPLIAÇÃO DA ATUAÇÃO
EM MEDICINA



MODELO ACADÊMICO
DE QUALIDADE



MELHORIA CONTÍNUA NA
EXPERIÊNCIA DO ALUNO



ATUAÇÃO COMERCIAL FOCADA
EM GERAÇÃO DE VALOR



EXCELÊNCIA EM GESTÃO
OPERACIONAL



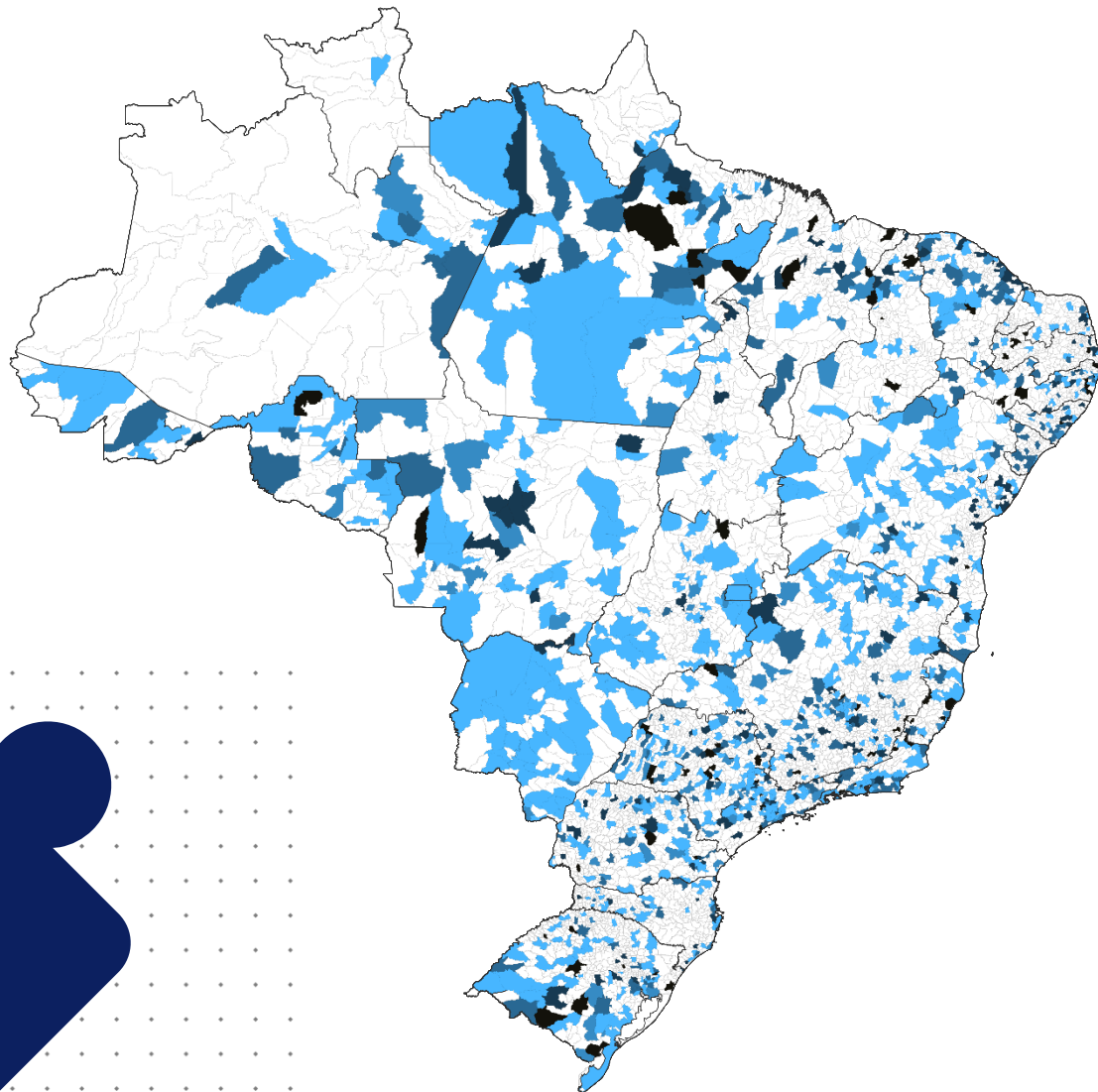
FOCO EM CONVERSÃO
DE CAIXA



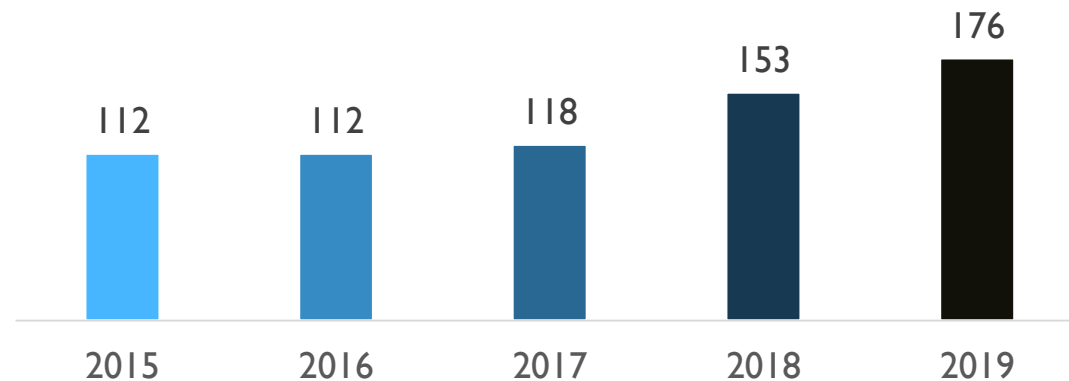
MAIOR E MELHOR
REDE DE DISTRIBUIÇÃO



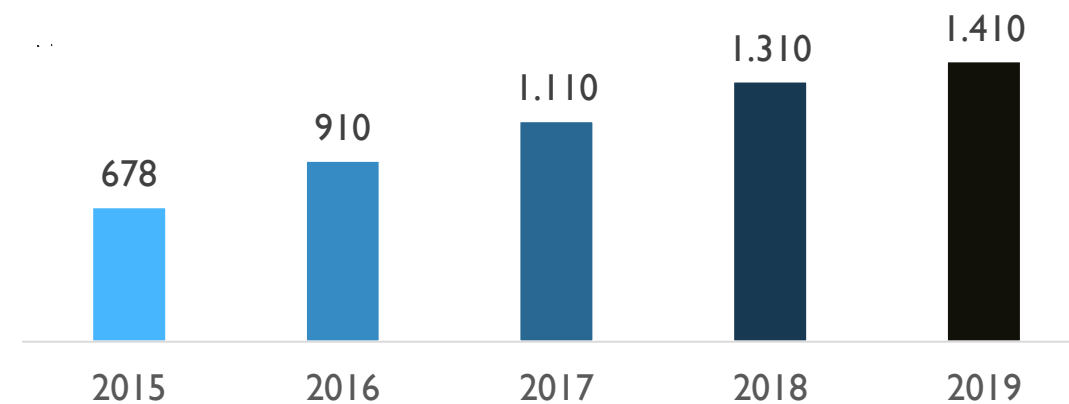
Temos a maior rede de distribuição do mercado, com representatividade em todo país



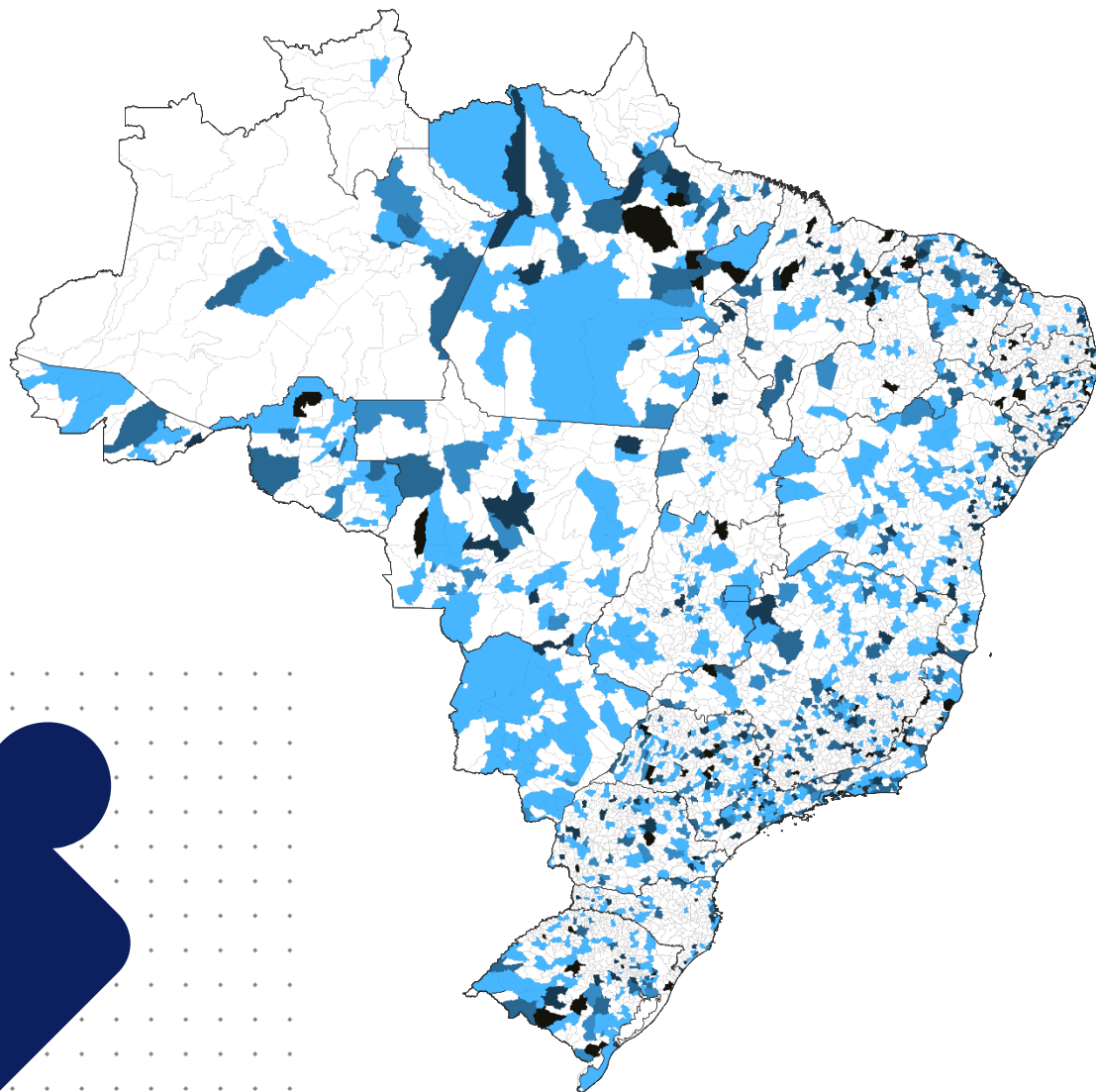
UNIDADES PRÓPRIAS



UNIDADES TERCEIRAS



Nossas unidades estão distribuídas de maneira eficiente e cobrindo 73% da demanda latente do Brasil, estando presente em 1.033 cidades



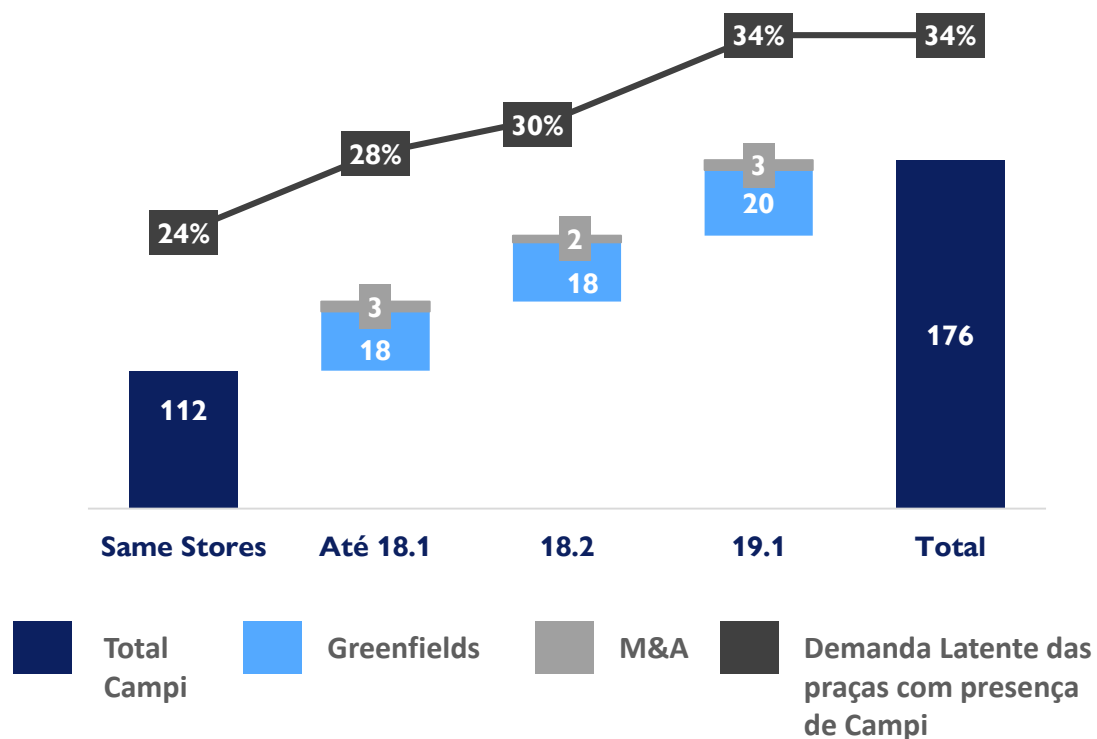
INDICADORES	PRÓPRIAS			TERCEIRAS			TOTAL
	SAME STORES	GRF + M&A	TOTAL	POLOS PARC.	POLOS PRÓP.	TOTAL*	
UNIDADES	112	64	176	1.257	153	1.410	1.433
MUNICÍPIOS	73	58	131	1.022	115	1.033	19% BRASIL
DEMANDA LATENTE / BRASIL	24%	10%	34%	72%	33%	73%	73% BRASIL
PRAÇAS TOP 100 DEMANDA LATENTE	39	18	57	93	56	98	98
LIDERANÇA OU VICE-LIDERANÇA NA PRAÇA	51	0	51	607	18	625	625

*Considera o EAD no Campus

Estamos presentes em 19% das praças no Brasil, que concentram 73% da demanda latente

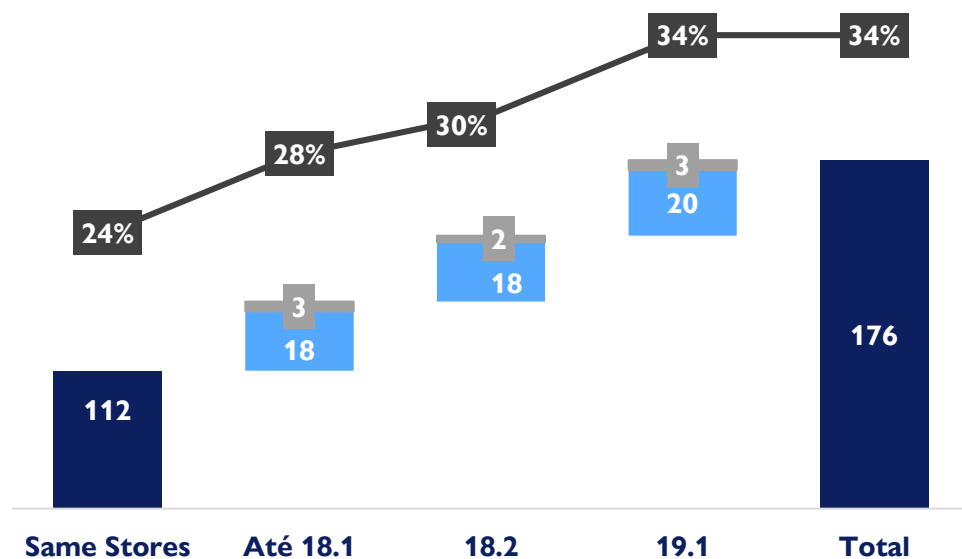
Lançamos 64 novas unidades próprias que têm superado os resultados projetados, comprovando a qualidade na seleção das praças e da implementação da estratégia

ABERTURA DE NOVAS UNIDADES NO ENSINO SUPERIOR *GREENFIELDS* E AQUISIÇÕES



Lançamos 64 novas unidades próprias que têm superado os resultados projetados, comprovando a qualidade na seleção das praças e da implementação da estratégia

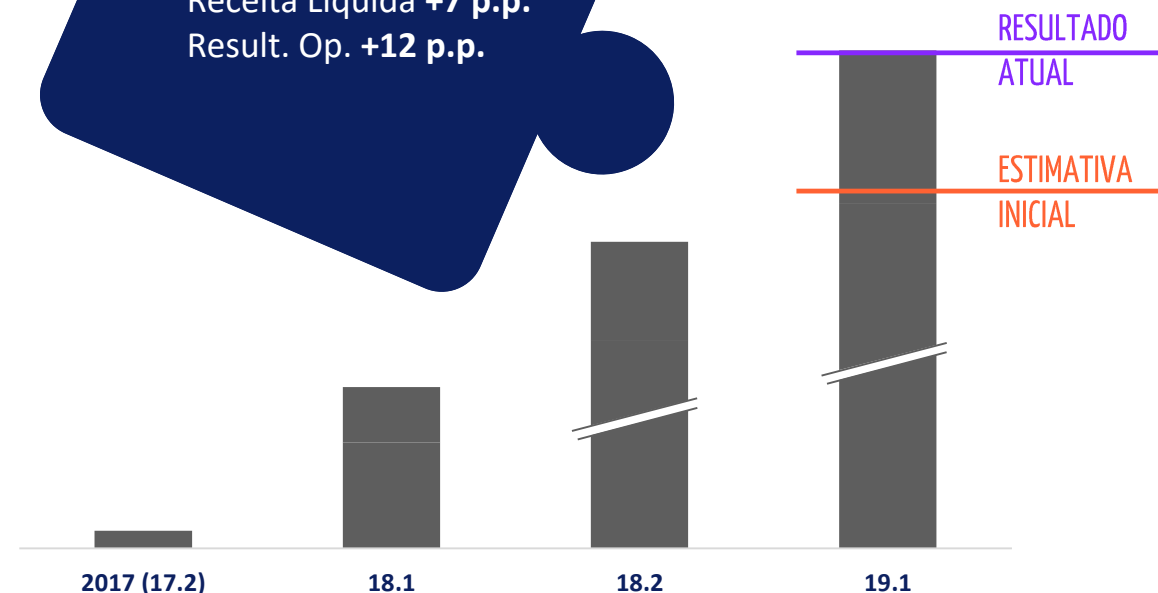
ABERTURA DE NOVAS UNIDADES NO ENSINO SUPERIOR GREENFIELDS E AQUISIÇÕES



Resultados GRF vs Business Plan

Receita Líquida +7 p.p.
Result. Op. +12 p.p.

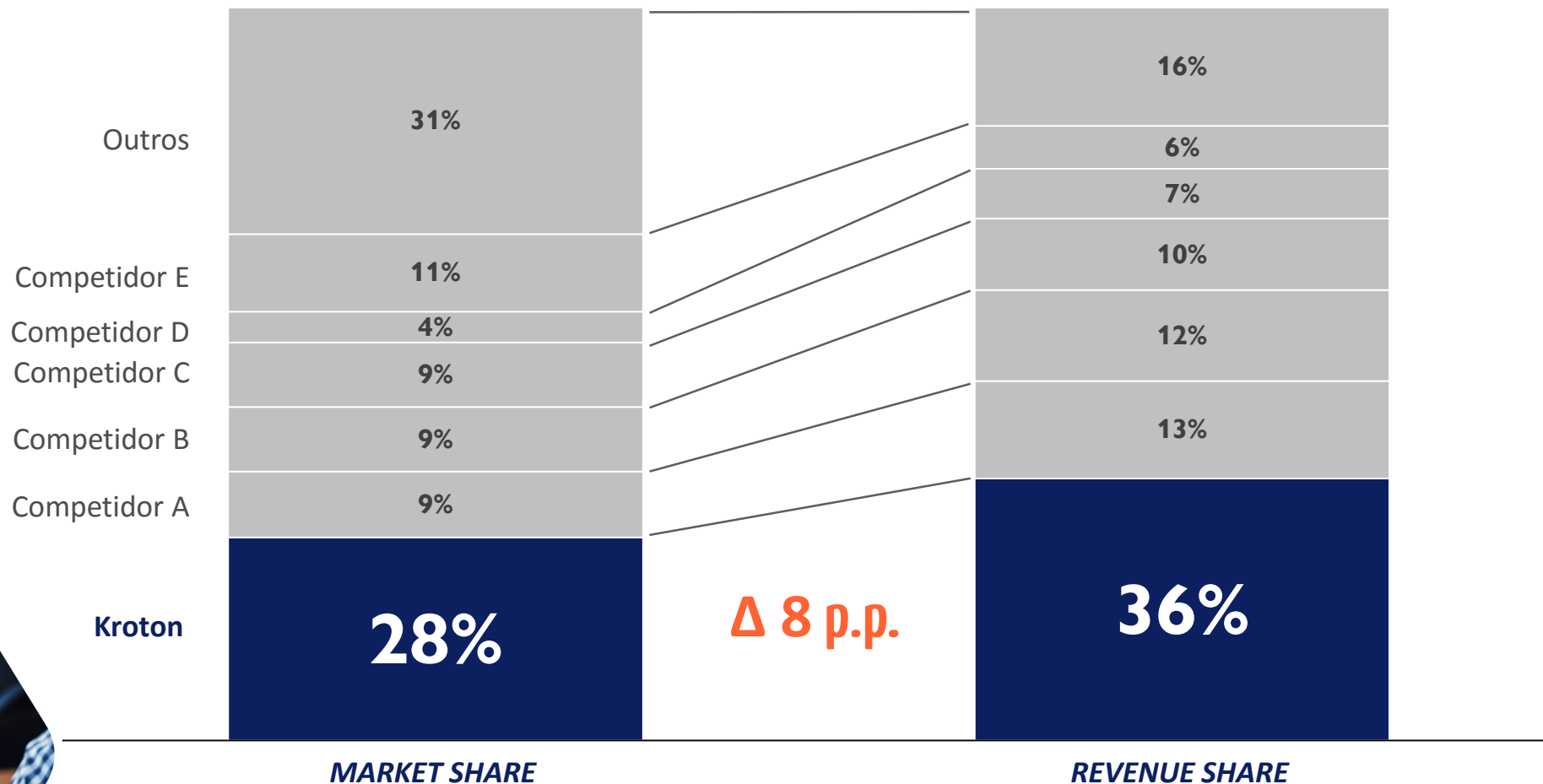
BASE DE ALUNOS DAS NOVAS UNIDADES



Nossa rede de unidades terceiras (polos) segue crescendo e como líderes de mercado nosso foco tem sido maximizar o REVENUE SHARE e não apenas o MARKET SHARE

ANÁLISE REVENUE SHARE EAD - 2018

ESTIMATIVA EM REVENUE SHARE APLICANDO PREÇOS MÉDIOS PONDERADOS DO MERCADO.



Fonte: MEC e estimativas Kroton



PORTFÓLIO DE PRODUTOS
COMPLETO

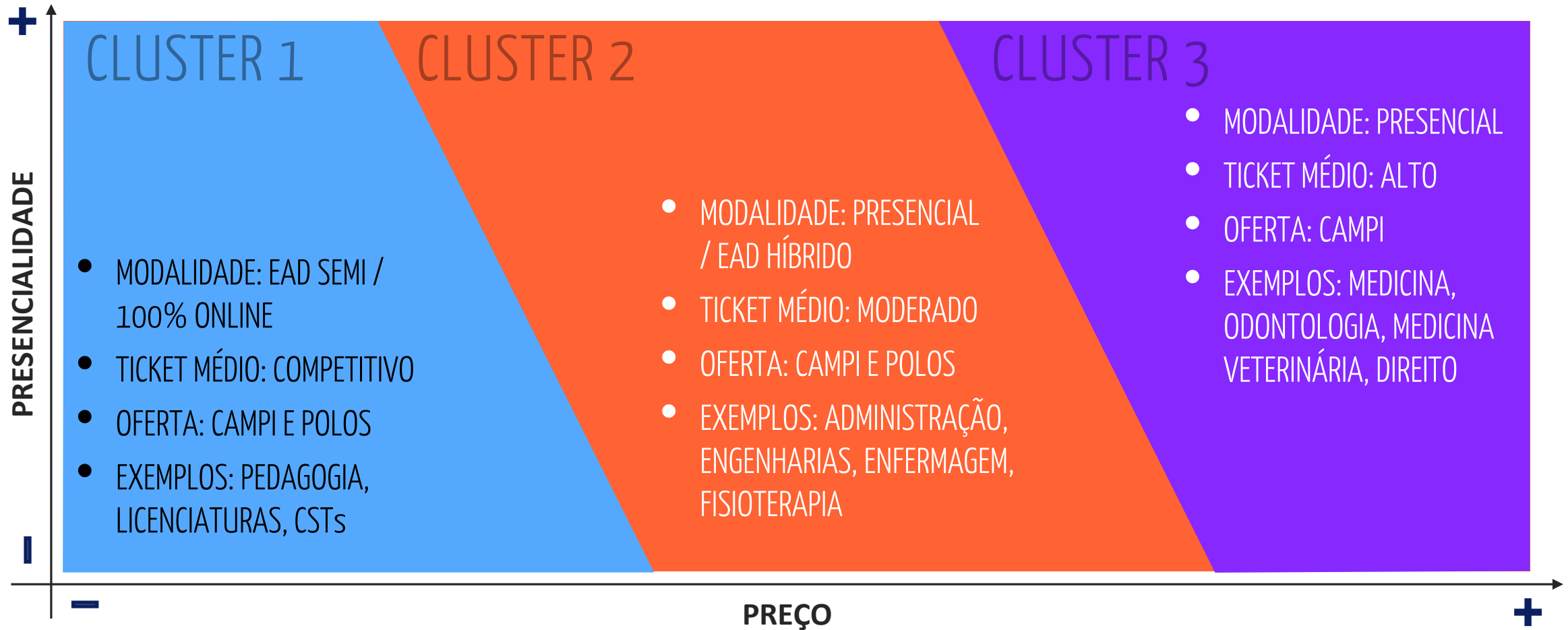


Cursos disponíveis em várias modalidades

Ampla oferta de produtos em diferentes níveis de presencialidade

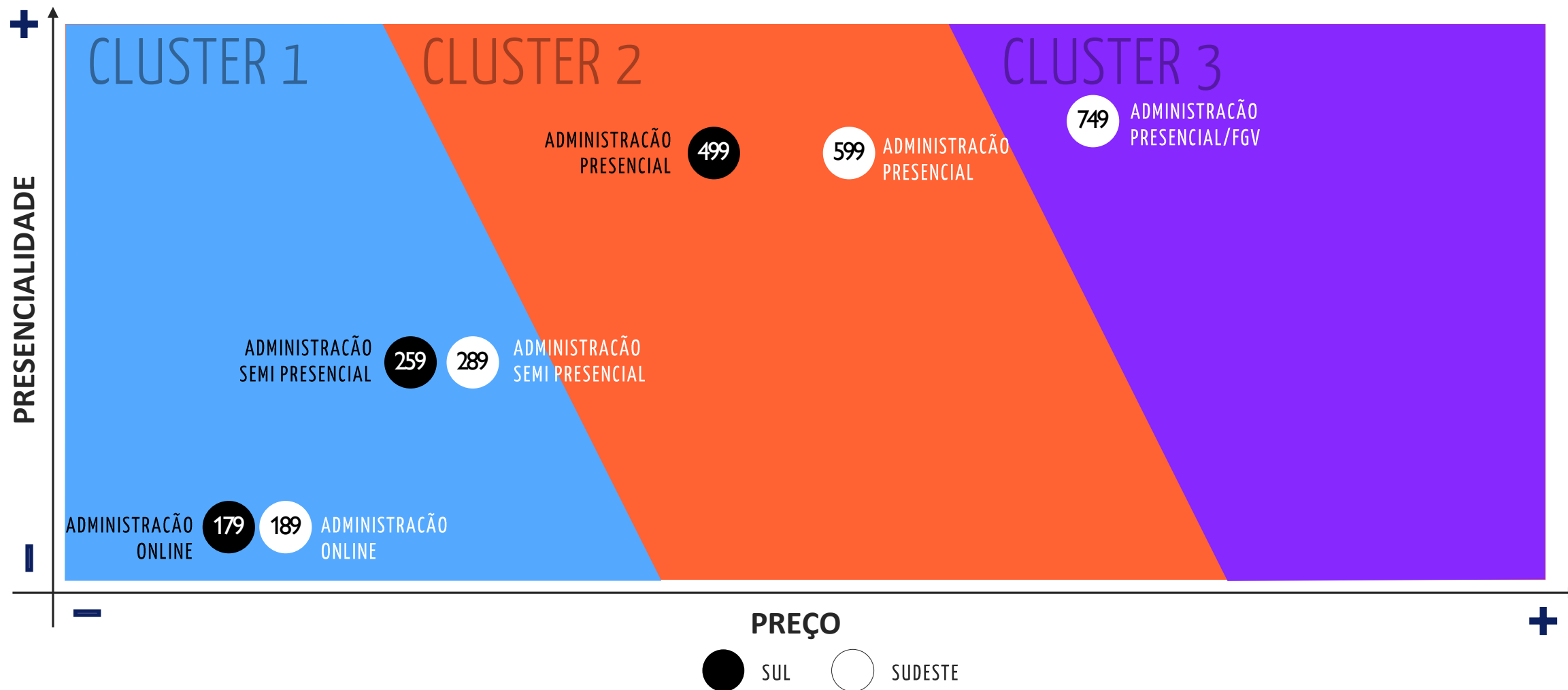
RANK	CURSO	EAD	EAD HÍBRIDO	PRES
1	Pedagogia	✓	✓	✓
2	Administração	✓	✓	✓
3	Educação Física - Licenciatura	✓	✓	✓
4	Ciências Contábeis	✓	✓	✓
5	Direito	✗	✗	✓
6	Enfermagem	✗	✓	✓
7	Serviço Social	✓	✗	✓
8	Gestão Recursos Humanos	✓	✗	✓
9	Engenharia Civil	✗	✓	✓
10	Psicologia	✗	✗	✓
11	Engenharia Mecânica	✗	✓	✓
12	Fisioterapia	✗	✓	✓
13	Engenharia Produção	✗	✓	✓
14	Logística	✓	✗	✓
15	Arquitetura e Urbanismo	✗	✓	✓
16	Farmácia	✗	✓	✓
17	Engenharia Elétrica	✗	✓	✓
18	Nutrição	✗	✓	✓
19	Gestão Pública	✓	✗	✗
20	Processos Gerenciais	✓	✗	✓
21	Análise e Desen. Sistemas	✓	✗	✓
22	Odontologia	✗	✗	✓
23	Gestão Financeira	✓	✗	✓
24	Agronomia	✗	✓	✓
25	Medicina Veterinária	✗	✗	✓
26	História	✓	✗	✓
27	Matemática	✓	✗	✓
28	Biomedicina	✗	✓	✓
29	Geografia	✓	✗	✓
30	Marketing	✓	✗	✓

Podemos oferecer um mesmo curso em modalidades e preços diferentes, viabilizando o acesso a mais alunos e maximizando a rentabilidade



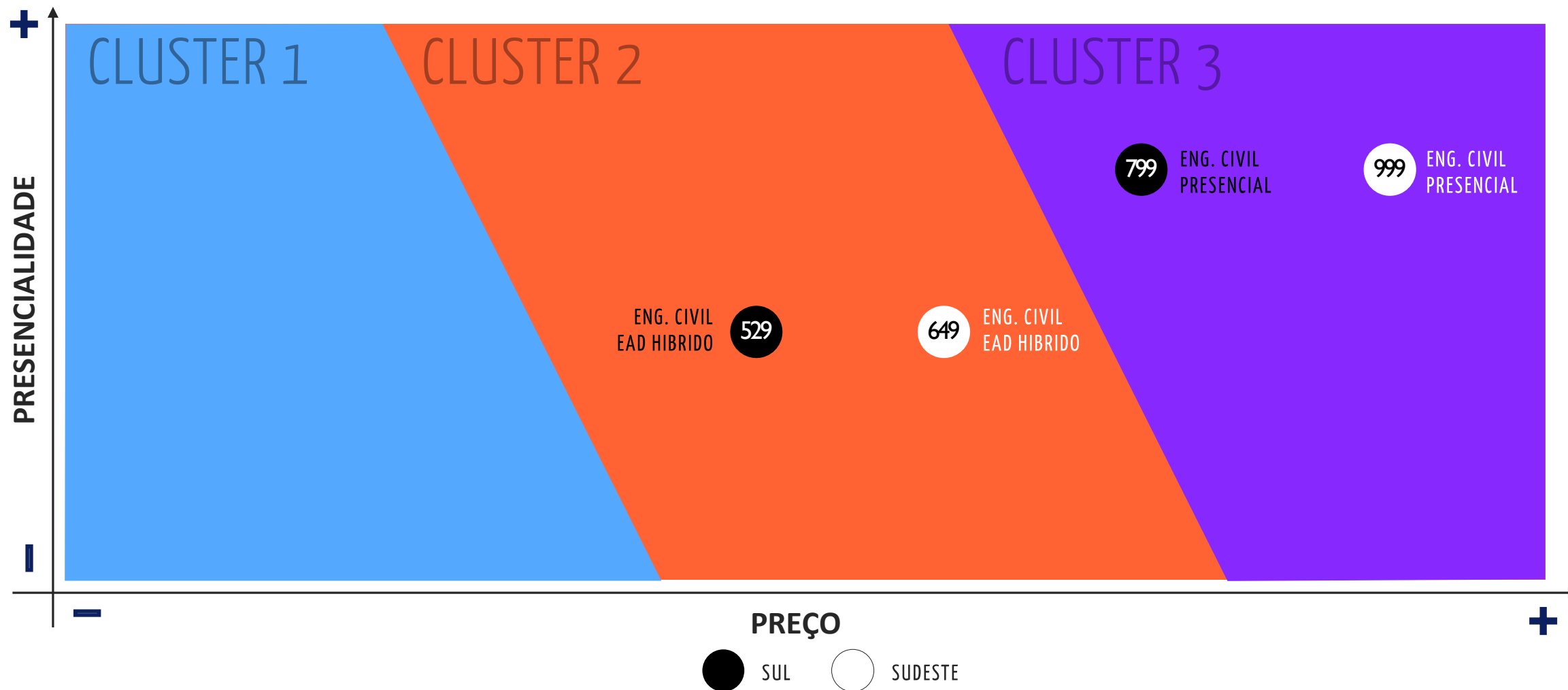
Portfólio flexível: diferentes modalidades permitem adequar as ofertas de cursos, de acordo com a concorrência e média de preços de cada cidade

ADM



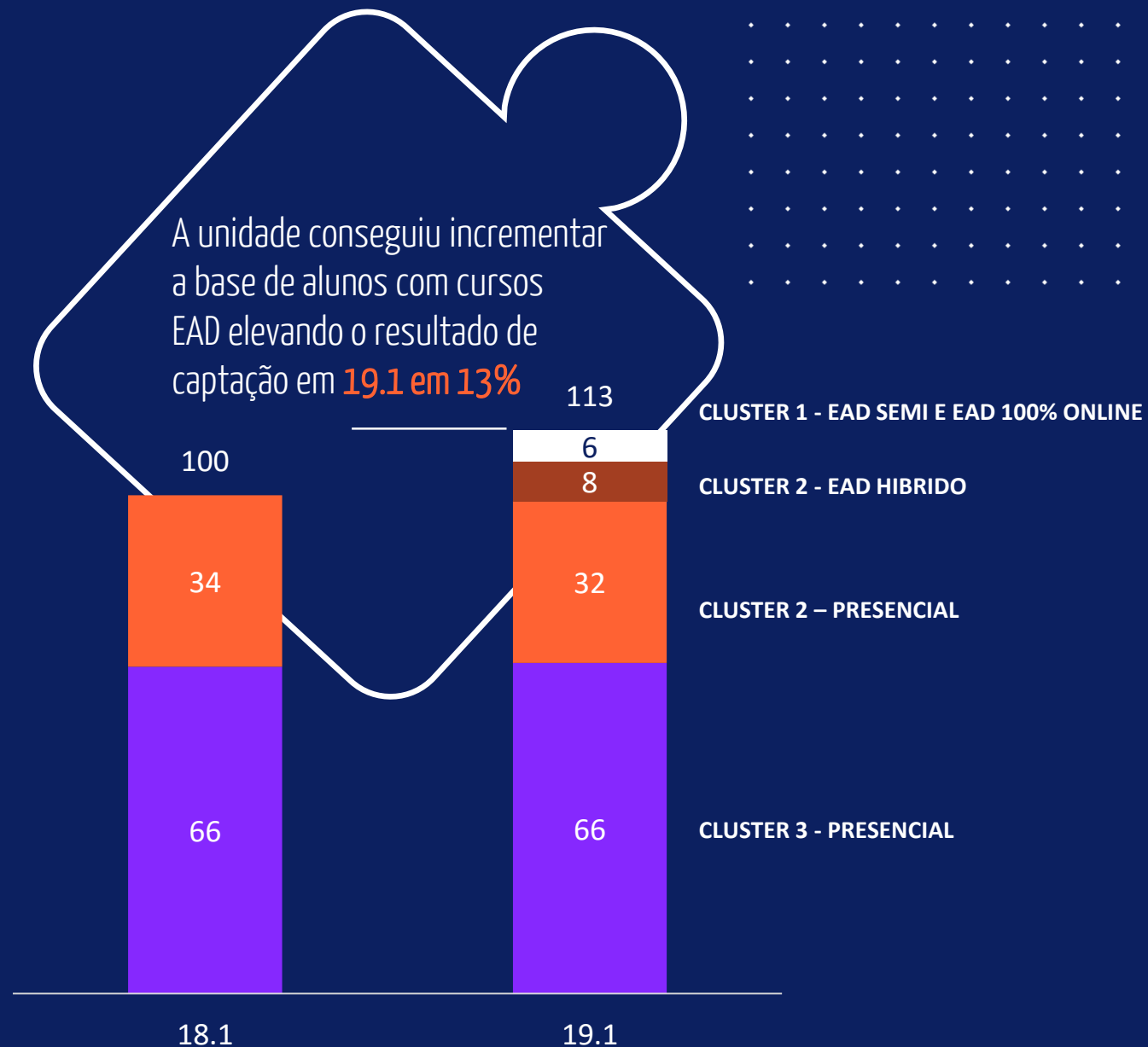
Portfólio flexível: diferentes modalidades permitem adequar as ofertas de cursos, de acordo com a concorrência e média de preços de cada cidade

ENG



As diversas modalidades de curso geram oportunidades adicionais para captar alunos que antes não tinham uma opção de curso do seu interesse e/ou preços

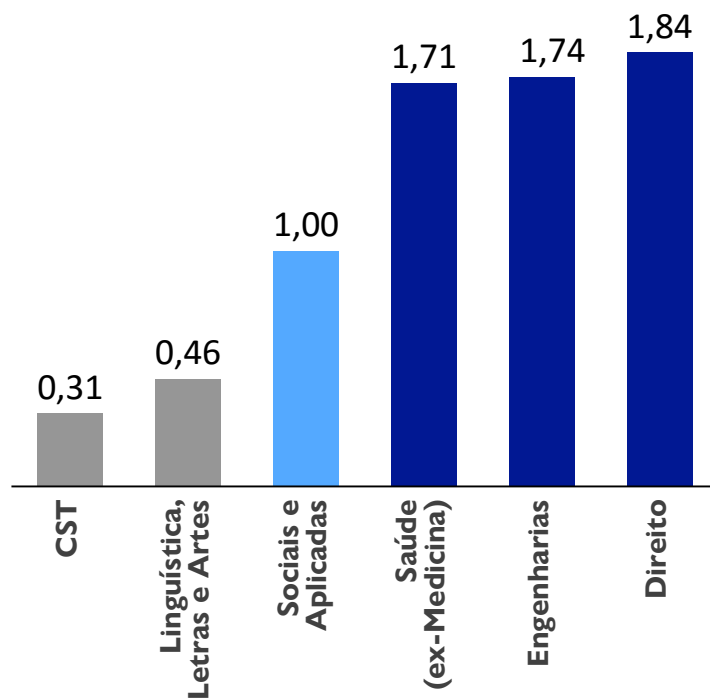
EXEMPLO DE MATRÍCULAS DE UNIDADE - BASE 100



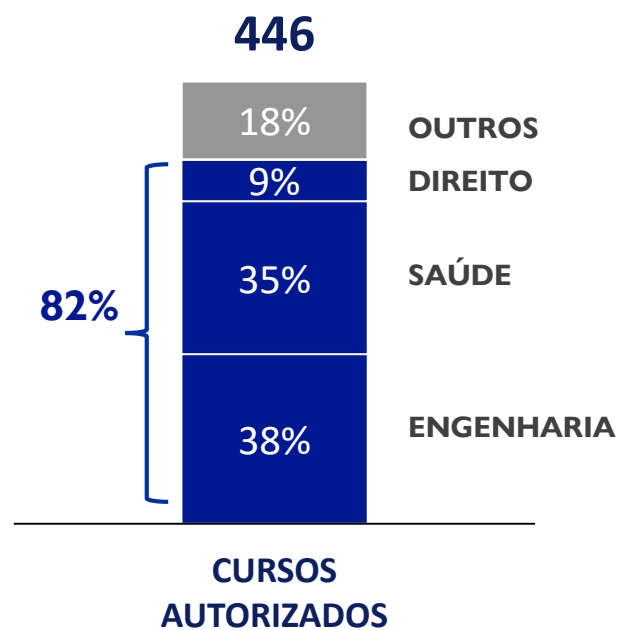
O lançamento de novos cursos é um dos pilares do crescimento em mesmas unidades e o foco está em cursos de alto LTV

DIREITO, SAÚDE E ENGENHARIAS TEM LTV +1,7X VS SOCIAIS E APLICADAS

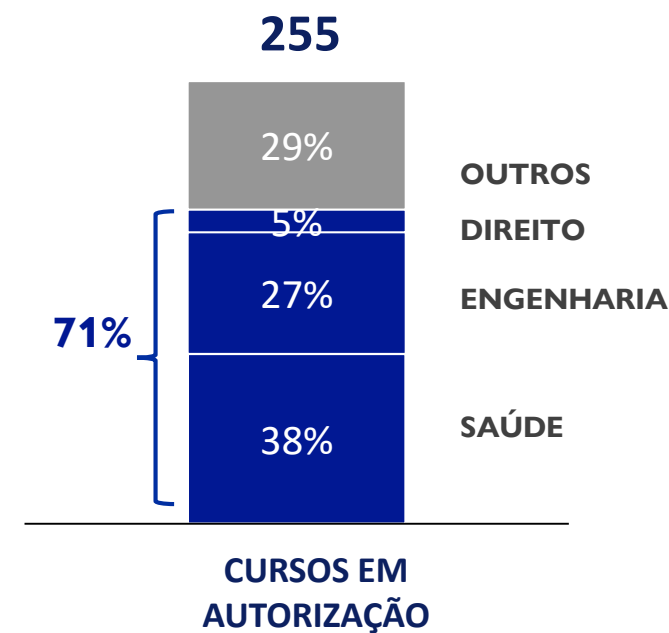
LTV médio Kroton (base 1)



446 NOVOS CURSOS EM 2018 E 2019



255 PEDIDOS DE NOVOS CURSOS EM ANDAMENTO





AMPLIAÇÃO DA ATUAÇÃO
EM MEDICINA



Temos 4 faculdades de Medicina ativas e 3 com início previsto em 2021, totalizando

**496 VAGAS ANUAIS
E 2.976 ASSENTOS**

SAME STORES

UNIC
Cuiabá / MT

UNIME
Lauro de Freitas / BA

UNIDERP
Campo Grande / MS

PITÁGORAS*
Eunápolis / BA

**346 VAGAS ANUAIS
2.076 ASSENTOS**

MAIS MÉDICOS

PITÁGORAS
Bacabal / MA

PITÁGORAS
Codó / MA

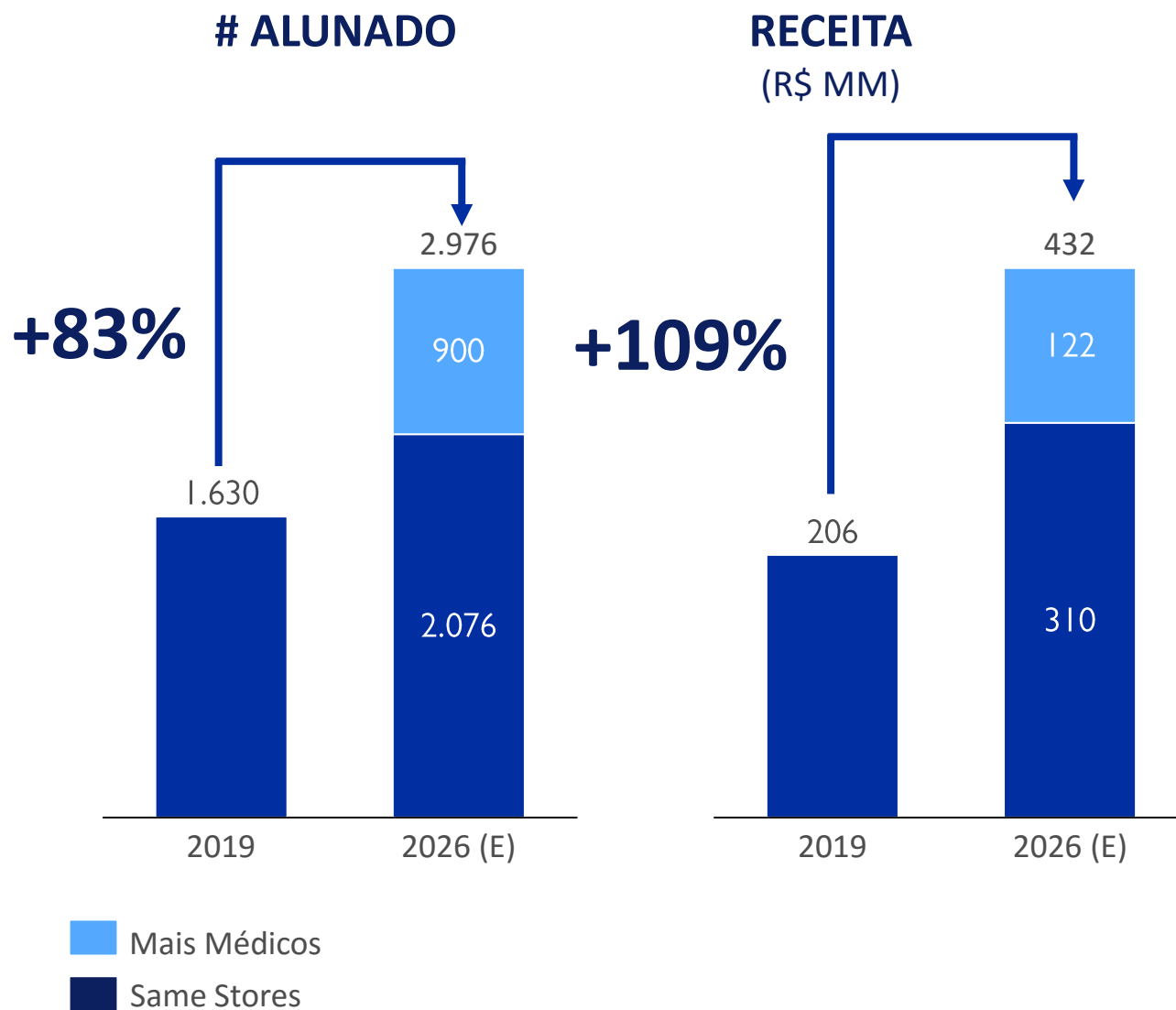
ANHANGUERA
Ponta Porã / MS

**150 VAGAS ANUAIS
900 ASSENTOS**

+

*Em maturação

Nossos cursos de medicina apresentam oportunidade de crescimento de base de alunos e trazem receita de alta qualidade



ALTA DEMANDA



BAIXA EVASÃO



ALTO LTV



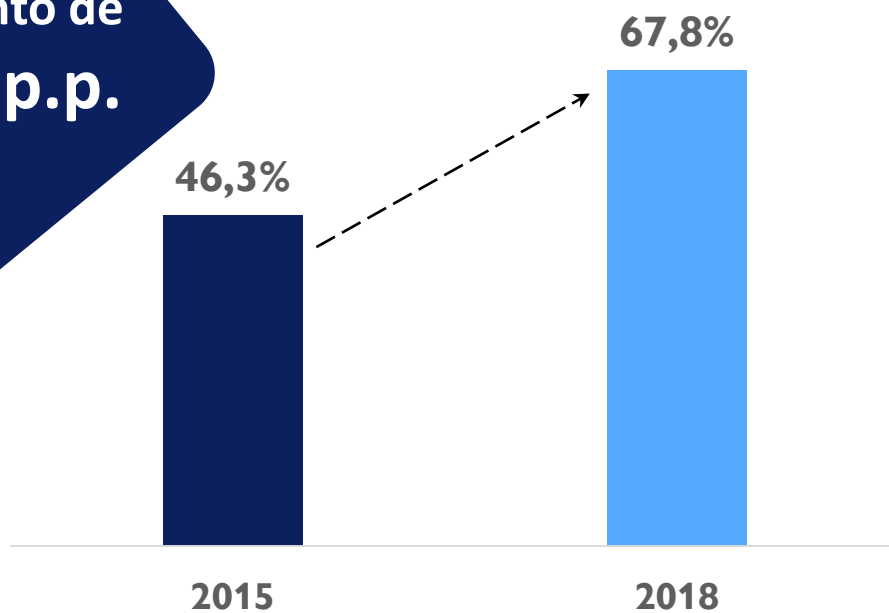
MODELO ACADÊMICO DE QUALIDADE



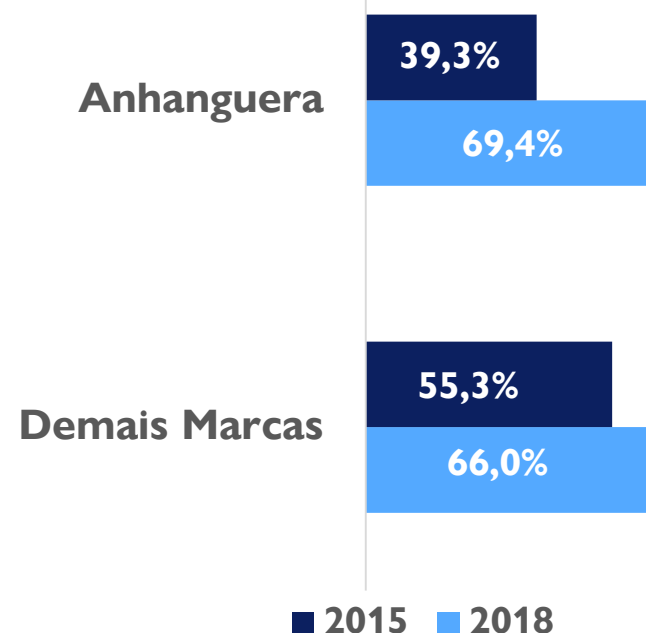
No ENADE tivemos um aumento de 21,5 p.p. em cursos satisfatórios. Unidades Anhanguera tiveram a maior evolução, demonstrando a qualidade do KLS 2.0

% ENADE SATISFATÓRIO

Aumento de
21,5 p.p.



EVOLUÇÃO



Aumento de
30,1 p.p.

Aumento de
10,7 p.p.



Embarcar em uma jornada
de transformação digital é:

**MUDAR
UMA CULTURA**

ATRATIVIDADE

1. Diferenciais de produto
2. Melhoria na estrutura curricular
3. Criação de novos produtos

QUALIDADE

1. Retroalimentação do modelo com resultados do ENADE e CONECTA
2. Ações de engajamento ENADE nas unidades
3. Melhoria na gestão da sala de aula e ambientes virtuais
4. Soluções para reforço dos conteúdos
5. Atendimento dos índices regulatórios

ALUNO

EFICIÊNCIA

1. Produtos escaláveis
2. Baixo investimento para implantação de portfólio
3. Eficiência na produção de materiais didáticos

EMPREGABILIDADE

1. Trilhas de carreira e certificações
2. Competências de empregabilidade nos cursos
3. Preparação para o mercado de trabalho

ENGAJAMENTO

1. Tutoria ativa
2. Avaliação continuada
3. Modernização da aprendizagem
4. Conteúdos e formatos engajadores
5. Melhoria da experiência AVA
6. Engajamento docente



MELHORIA CONTÍNUA
NA EXPERIÊNCIA DO
ALUNO

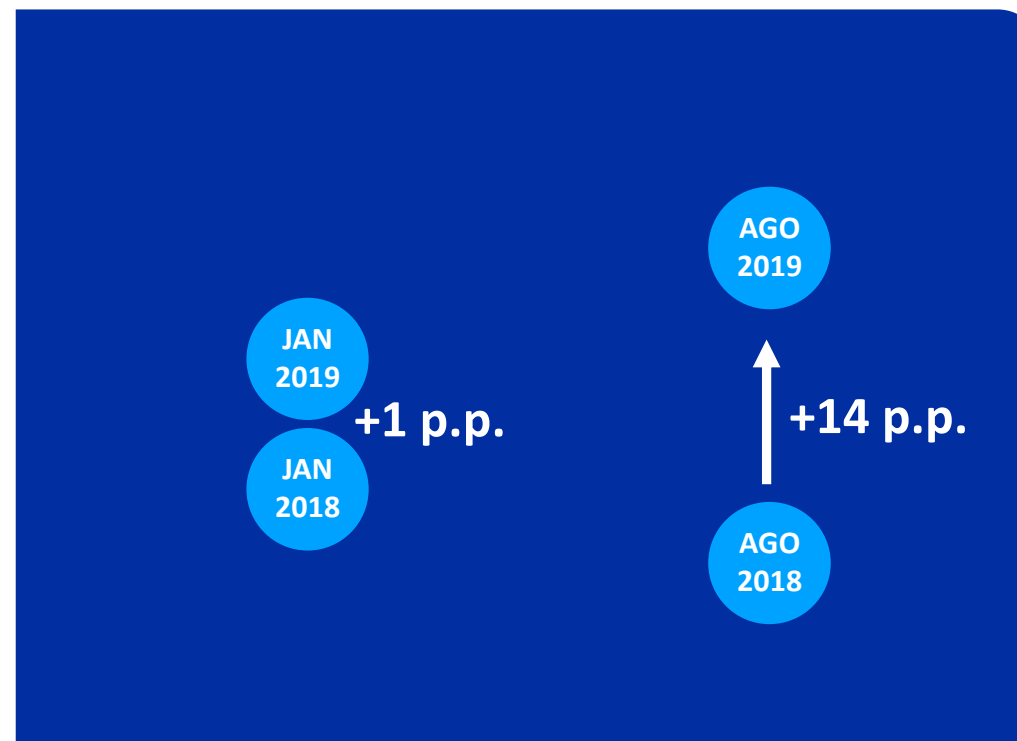


Incrementos crescentes ano contra ano no NPS refletem as melhorias contínuas realizadas na operação e impacto da transformação digital

VARIAÇÃO NPS UNIDADES PRÓPRIAS



VARIAÇÃO NPS UNIDADES TERCEIRAS



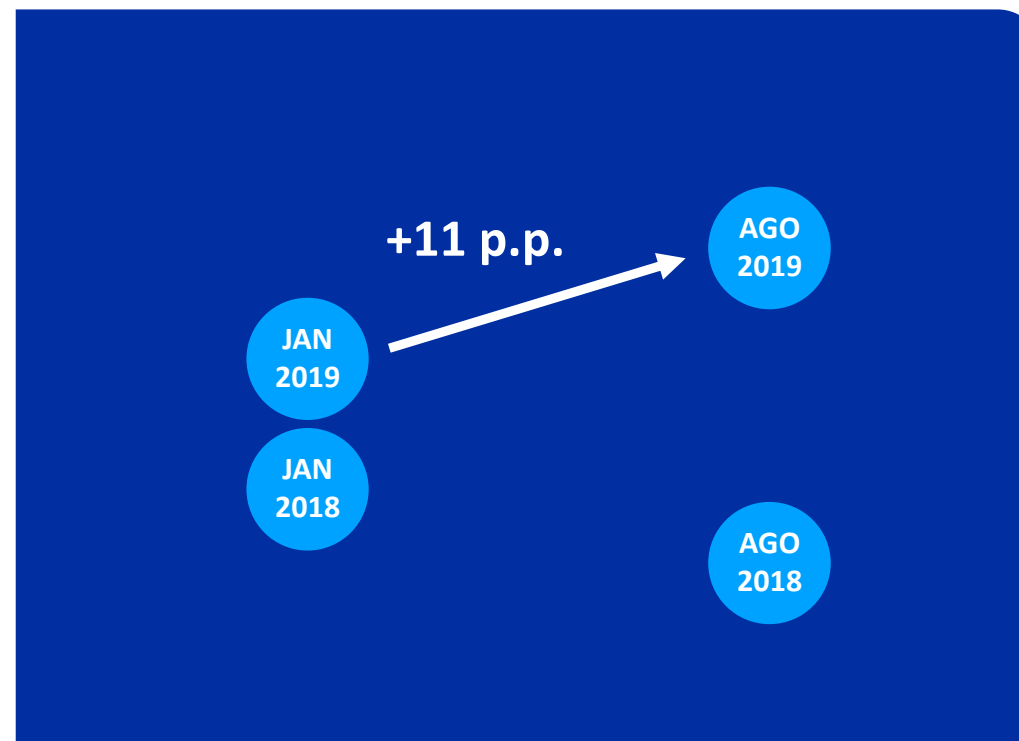
UNIDADES PRÓPRIAS E TERCEIRAS APRESENTARAM CRESCIMENTO CONSISTENTE E EXPRESSIVO NO NPS AO LONGO DE TODO O ANO DE 2019

Incrementos crescentes ano contra ano no NPS refletem as melhorias contínuas realizadas na operação e impacto da transformação digital

VARIAÇÃO NPS UNIDADES PRÓPRIAS



VARIAÇÃO NPS UNIDADES TERCEIRAS



UNIDADES PRÓPRIAS E TERCEIRAS APRESENTARAM CRESCIMENTO CONSISTENTE E EXPRESSIVO NO NPS AO LONGO DE TODO O ANO DE 2019

POR QUE
NOSSO
RESULTADO
DE NPS ESTÁ
SUBINDO?

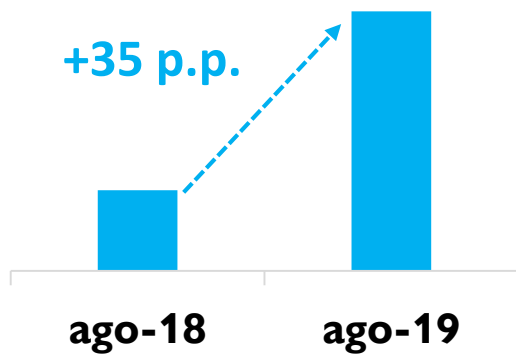


INFRAESTRUTURA

Mais de 440 obras de revitalizações nos Campi

Delta NPS YOY

+35 p.p.



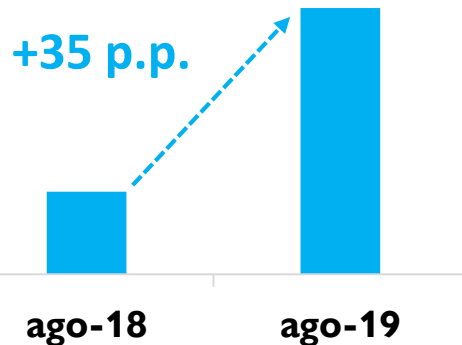
A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL TEM SIDO UM GRANDE CATALIZADOR

INICIATIVAS

INFRAESTRUTURA

Mais de 440 obras de revitalizações nos Campi

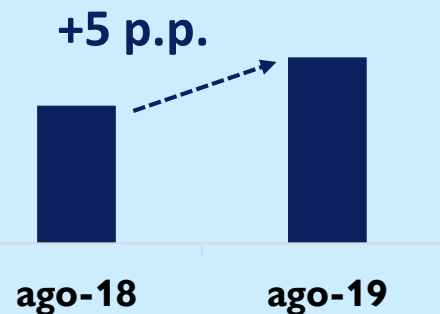
Delta NPS YOY



AVALIAÇÃO CONTINUADA

Nosso método valoriza o esforço e desempenho ao longo de todo o semestre e engaja o aluno enquanto potencializa seu aprendizado

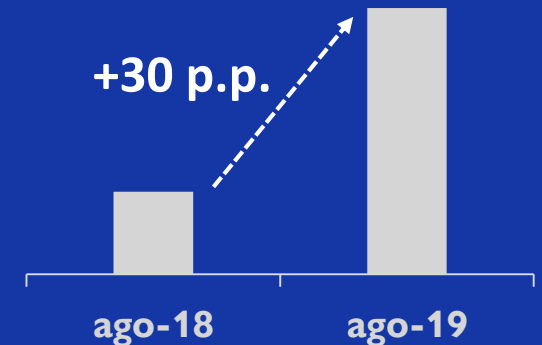
Delta NPS YOY



SISTEMAS EAD

Unificação dos sistemas permitiu uma melhor experiência aos alunos

Delta NPS YOY





ATUAÇÃO COMERCIAL
FOCADA EM GERAÇÃO
DE VALOR



Temos equipes comerciais e de marketing focadas em maximizar a geração de valor na captação e retenção

EQUIPES ESTRUTURADAS E ALTAMENTE CAPACITADAS

DIGITAL MARKETING

SEO visando incremento de captação orgânica e redução de *Student Acquisition Cost*

PRICING

Maximização de receita de captação através da definição do melhor mix de preços e ofertas

FIDELIZAÇÃO

Maximização da receita de veteranos através da retenção

FERRAMENTAS E METODOLOGIAS DE ADVANCED ANALYTICS

GESTÃO DINÂMICA DE PREÇOS

Monitoramento contínuo dos preços da concorrência e ajustes semanais. Mais de 250.000 pontos de preço monitorados

LABORATÓRIO DE OFERTAS

Testes e seleção de ofertas com maior impacto na receita vs grupos de controle

MODELO DE EVASÃO

Identificação e atuação sobre alunos mais propensos a evadir

COMUNICAÇÃO COM OS CANDIDATOS AUTOMATIZADA E CUSTOMIZADA

MÍDIAS SOCIAIS

Regionalização e customização do conteúdo publicado em redes sociais

NOVO PORTAL DE CAPTAÇÃO

Usabilidade melhorada e taxas de conversão médias 34% superiores nos acessos via mobile

RÉGUA DE COMUNICAÇÃO

Disparos de comunicação automatizados e customizados para cada etapa do funil de captação

Temos equipes comerciais e de marketing focadas em maximizar a geração de valor na captação e retenção

EQUIPES
ESTRUTURADAS
E ALTAMENTE
CAPACITADAS

DIGITAL MARKETING

SEO visando incremento de captação orgânica e redução de *Student Acquisition Cost*

PRICING

Maximização de receita de captação através da definição do melhor mix de preços e ofertas

FIDELIZAÇÃO

Maximização da receita de veteranos através da retenção

FERRAMENTAS E
METODOLOGIAS
DE ADVANCED
ANALYTICS

GESTÃO DINÂMICA DE PREÇOS

Monitoramento contínuo dos preços da

LABORATÓRIO DE OFERTAS

Testes e seleção de ofertas com maior impacto na receita vs grupos de controle

Identificação e atuação sobre alunos mais propensos a evadir

COMUNICAÇÃO
COM OS
CANDIDATOS
AUTOMATIZADA
E CUSTOMIZADA

MÍDIAS SOCIAIS

Regionalização e customização do conteúdo publicado em redes sociais

NOVO PORTAL DE CAPTAÇÃO

Usabilidade melhorada e taxas de conversão médias 34% superiores nos acessos via mobile

GUÍDE DE COMUNICAÇÃO

Disparos de comunicação automatizados e customizados para cada etapa do funil de captação

Conduzimos experimentos para calibrar o ponto ótimo e encontrar a oferta com maior nível de otimização de receita



OFERTAS	CONVERSÃO	DESCONTO	RESULTADO VS GRUPO DE CONTROLE
Oferta 1	+ 4,9 p.p.	- 3,0 p.p.	+ 1,8 p.p.
Oferta 2	+ 4,0 p.p.	- 1,0 p.p.	+ 3,0 p.p.
Oferta 3	+ 1,2 p.p.	- 0,7 p.p.	+ 0,5 p.p.

OFERTA COM MELHOR RESULTADO

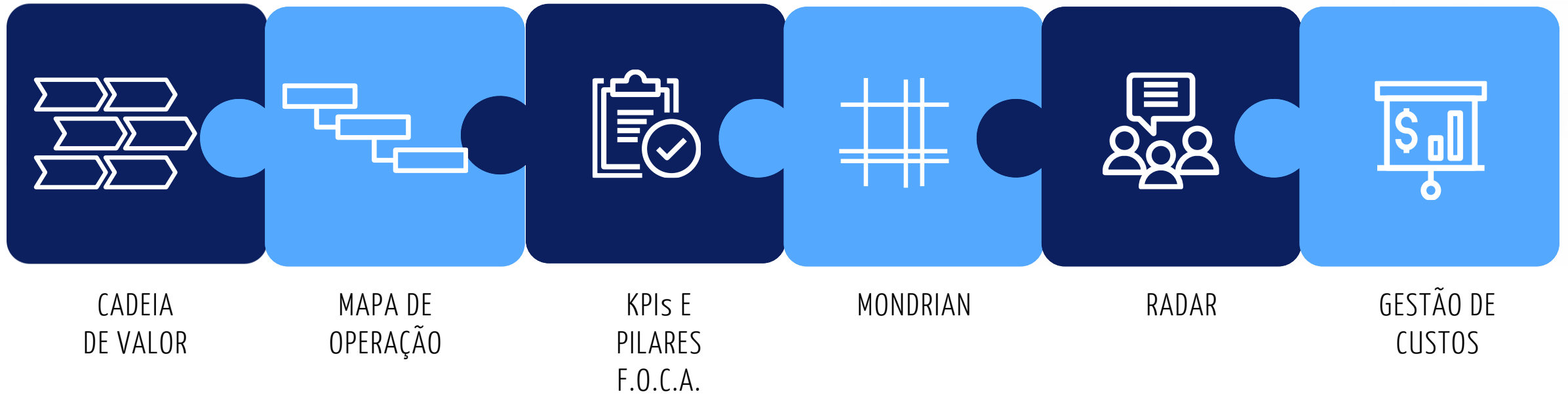
Exemplo ilustrativo



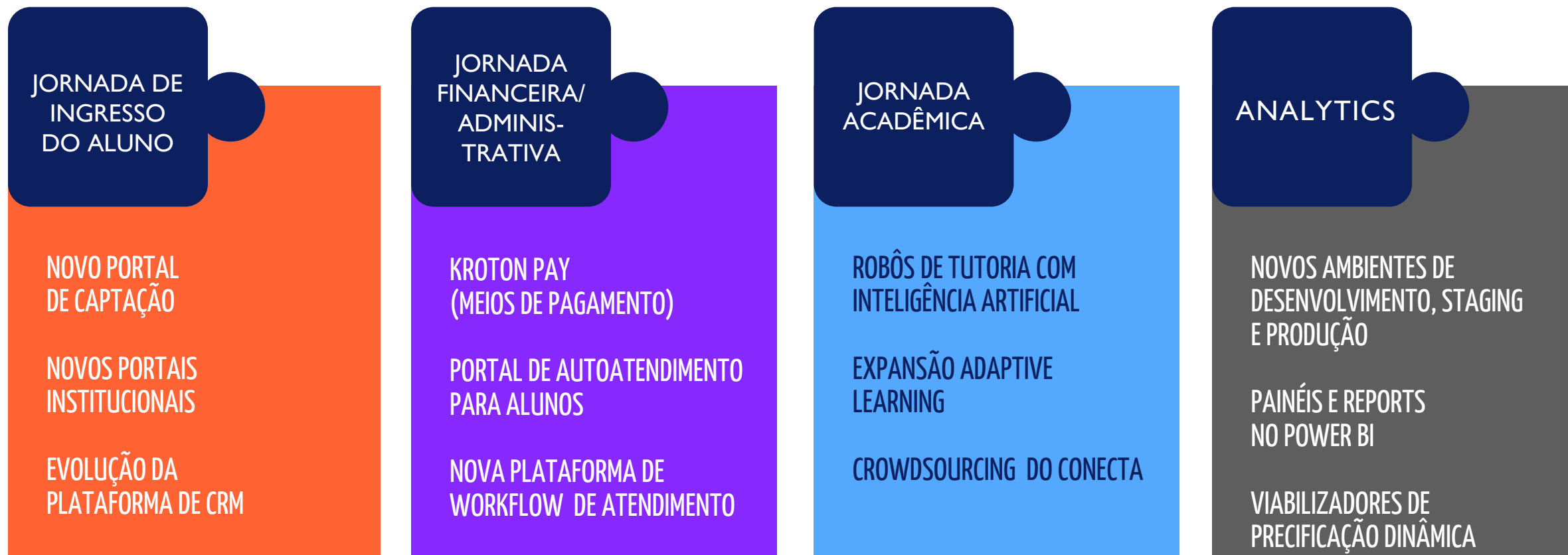
EXCELÊNCIA EM GESTÃO
OPERACIONAL



FRAMEWORK ESTRUTURADO DE EXCELÊNCIA OPERACIONAL



A transformação digital está acelerando a entrega de novas ferramentas e funcionalidades



SAFe - METODOLOGIA ÁGIL: 16 VALUE STREAMS, 63 TIMES ÁGEIS, +650 PESSOAS, 951 FEATURES ENTREGUES



FOCO EM CONVERSÃO
DE CAIXA



TENDÊNCIA POSITIVA NA CONVERSÃO DE CAIXA

GREENFIELDS

Resultado operacional evoluindo melhor que o esperado

Necessidade de Capex com tendência decrescente

Maturação das unidades atrelada a geração de caixa operacional

OPERAÇÃO

Menor necessidade de Capex recorrente

Menor consumo de working capital

PEP

Menos ingressantes PEP vs pagantes

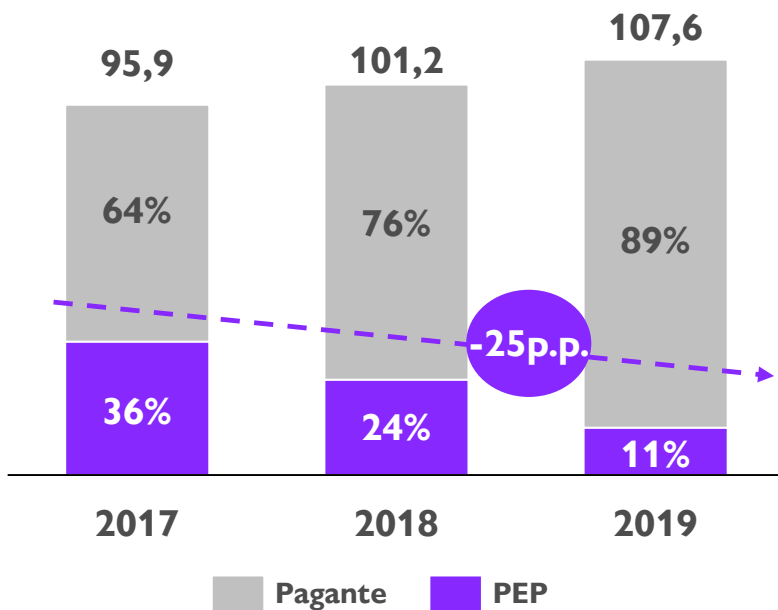
Mais PEP 50, menos PEP30

Mais recebimento da parte parcelada

Aumento da conversão de caixa devido a menor representatividade de alunos PEP e melhora de mix

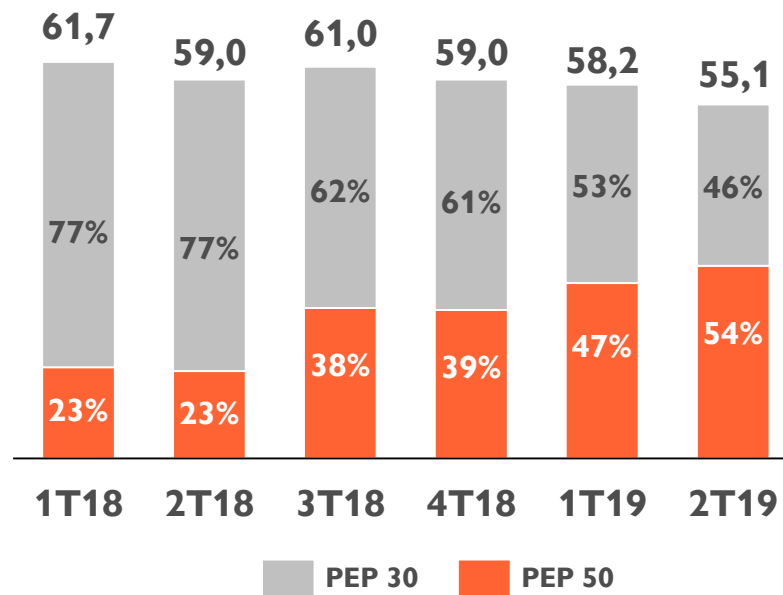
Redução de ingressantes PEP mesmo com o aumento da captação

MATRÍCULAS 1º SEMESTRE (X1.000)



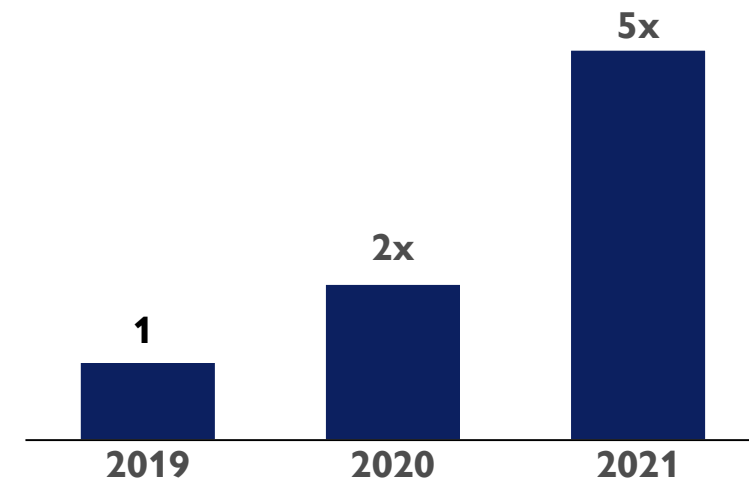
Base de alunos PEP está mais equilibrada, com mais PEP50 e menos PEP30

BASE DE ALUNOS PEP (X1.000)



Mais alunos PEP pagando a parte parcelada

RECEBIMENTO DAS PARTE PARCELADA DOS CONTRATOS PEP (BASE =1)



JUNTANDO AS PEÇAS

TEMOS BAIXO *MARKET SHARE* (9,1%) EM UM MERCADO GRANDE E COM PERSPECTIVA DE CRESCIMENTO

ESTAMOS ENCERRANDO O CICLO DE UM MODELO DE FINANCIAMENTO DO ENSINO SUPERIOR, COM PERSPECTIVA DE RETORNO AO CRESCIMENTO DA BASE DE ALUNOS EM 2021

TEMOS BOAS PERSPECTIVAS DE AUMENTAR A CONVERSÃO DE CAIXA

- GREENFIELDS
- OPERAÇÃO
- PEP

ESTAMOS PRONTOS PARA O CRESCIMENTO

MAIOR E MELHOR REDE DE DISTRIBUIÇÃO

PORTFÓLIO DE PRODUTOS COMPLETO

AMPLIAÇÃO DA ATUAÇÃO EM MEDICINA

MODELO ACADÊMICO DE QUALIDADE

MELHORIA CONTÍNUA NA EXPERIÊNCIA DO ALUNO

ATUAÇÃO COMERCIAL FOCADA EM GERAÇÃO DE VALOR

EXCELÊNCIA EM GESTÃO OPERACIONAL

kroton 