

Apresentação da Companhia

Dezembro de 2010

ANHANGUERA

Notas Importantes

O material a seguir é uma apresentação confidencial das informações gerais sobre a Anhanguera Educacional Participações S.A. e suas subsidiárias (em conjunto, "Anhanguera") na data desta apresentação.

As informações estão resumidas e não têm a intenção de ser completas. Nenhuma declaração ou garantia, expressa ou tácita, é feita no tocante à exatidão, veracidade ou integridade dessas informações, e nada neste documento será interpretado ou entendido como sendo uma declaração e/ou garantia quanto a esses aspectos.

Esta apresentação confidencial inclui estimativas e projeções acerca do futuro relacionadas à Anhanguera, que refletem as atuais previsões e expectativas da Anhanguera e de sua administração sobre resultados, negócios e eventos futuros. As estimativas e projeções acerca do futuro incluem, sem limitação, quaisquer declarações que possam prever, indicar ou sugerir resultados, negócios ou empreendimentos futuros, podendo conter palavras como "antecipa", "acredita", "estima", "espera", "planeja", "prevê", "projeta", "visa", "pretende", "entende", entre outras palavras ou frases com significado semelhante, que indicam estimativas e projeções acerca do futuro. Tais estimativas e projeções estão sujeitas a inúmeros riscos, incertezas e suposições.

Alertamos que muitos fatores importantes podem vir a fazer com que os resultados efetivos sejam substancialmente diferentes dos planos, objetivos, expectativas, estimativas e intenções contidas nesta apresentação, incluindo: (i) a aceitação do mercado pelos serviços prestados pela Anhanguera; (ii) volatilidade no setor de ensino superior; (iii) a economia brasileira e o mercado financeiro; (iv) mudanças na legislação, tributação e políticas governamentais que afetam o setor de educação; (v) a habilidade de permanecer à frente das mudanças tecnológicas; e (vi) a habilidade de continuamente introduzir novos produtos e serviços em condições competitivas e manter a vantagem competitiva em produtos e serviços já existentes.

Em nenhuma hipótese, a Anhanguera ou suas subsidiárias, conselheiros, diretores, agentes ou empregados devem ser responsabilizados perante terceiros (incluindo investidores) por qualquer decisão de investimento ou ação tomada com base nas informações ou declarações contidas nesta apresentação ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico.

Todas as estimativas e projeções acerca do futuro contidas nesta apresentação são baseadas em informações e dados disponíveis na data em que foram feitas, e a Anhanguera não assume qualquer obrigação de atualizá-las com base em novas informações ou desenvolvimentos futuros. Esta apresentação e seu conteúdo são informações de propriedade da Anhanguera e não podem ser reproduzidas ou circuladas, parcial ou totalmente, sem o consentimento prévio e por escrito da Anhanguera.

Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários. Além disso, nem esta apresentação, nem seu conteúdo constituem a base de qualquer contrato ou compromisso de qualquer espécie. O mercado e as informações de posição competitiva, incluindo projeções de mercado citadas ao longo desta apresentação, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Apesar de não termos razão para acreditar que qualquer dessas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não verificamos independentemente a posição competitiva, posição de mercado, taxa de crescimento ou qualquer outro dado fornecido por terceiros ou outras publicações da indústria.

O investimento em ações de emissão da Anhanguera ("Ações") representa um investimento de risco, pois é um investimento em renda variável e, assim, os investidores que pretendam investir em Ações estão sujeitos a perdas patrimoniais e riscos, inclusive àqueles relacionados às Ações, à Anhanguera, ao setor em que atua, aos seus acionistas e ao ambiente macroeconômico do Brasil, e que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento. O investimento em Ações não é, portanto, adequado a investidores avessos aos riscos relacionados à volatilidade do mercado de capitais. Ainda assim, não há nenhuma classe ou categoria de investidor que esteja proibida por lei de adquirir Ações ou, com relação à qual o investimento em Ações seria, no entendimento da Anhanguera, inadequado.

Histórico de Sucesso

A Anhanguera é a maior e mais bem sucedida plataforma de ensino superior da América Latina

Destaques da Anhanguera

Famílias

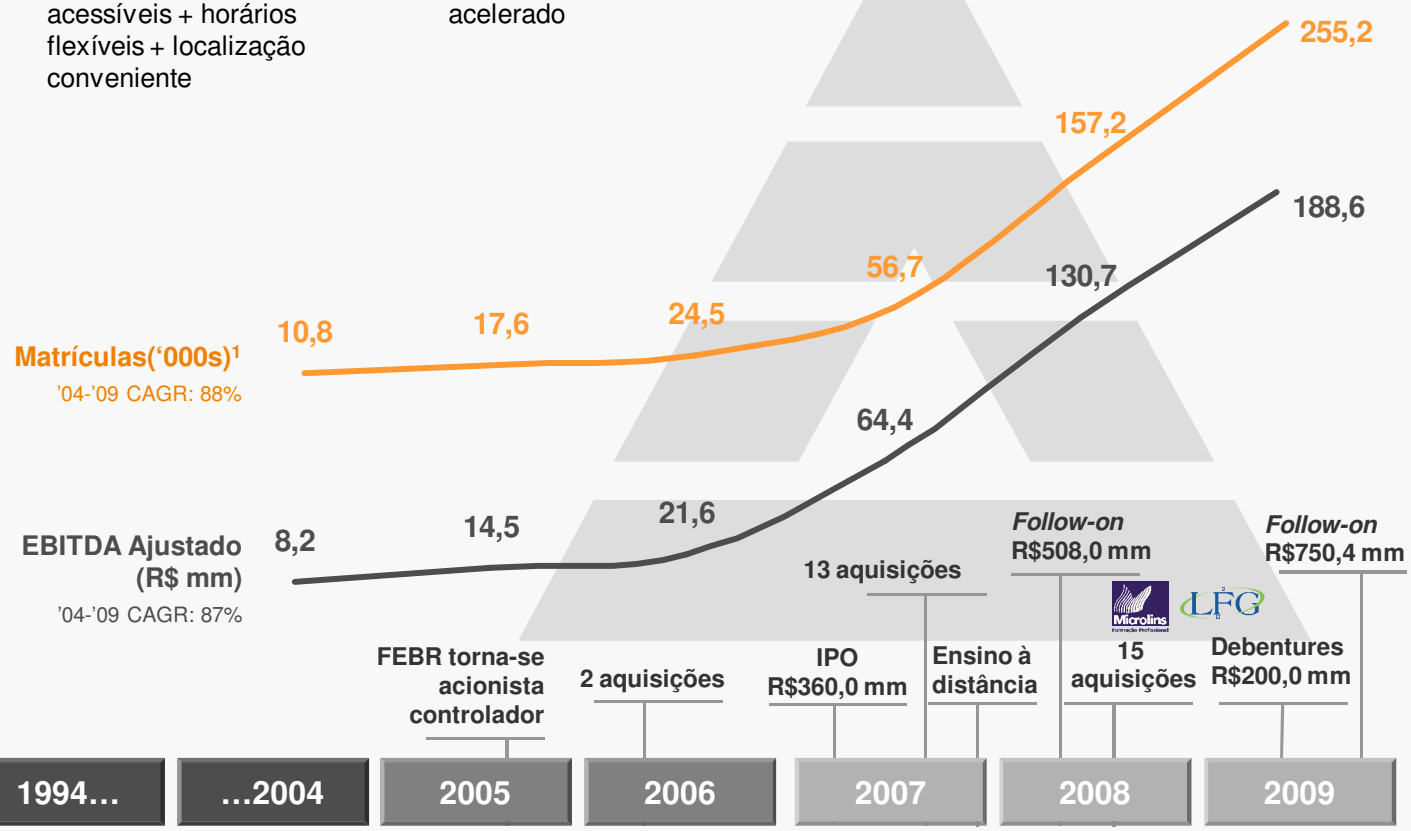
- Desenvolvimento de um modelo de negócios de sucesso
- Mensalidades acessíveis + horários flexíveis + localização conveniente

Private Equity

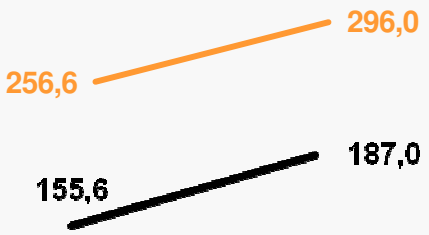
- Fortalecimento e teste do modelo de negócios
- Captação de recursos para um crescimento acelerado

Companhia Listada

- Captação de recurso em bolsa para acelerar o crescimento
- Expansão através de uma estratégia de expansão agressiva



9M09 vs. 9M10



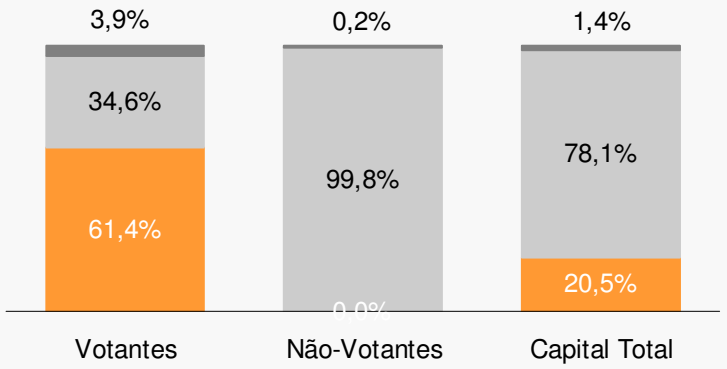
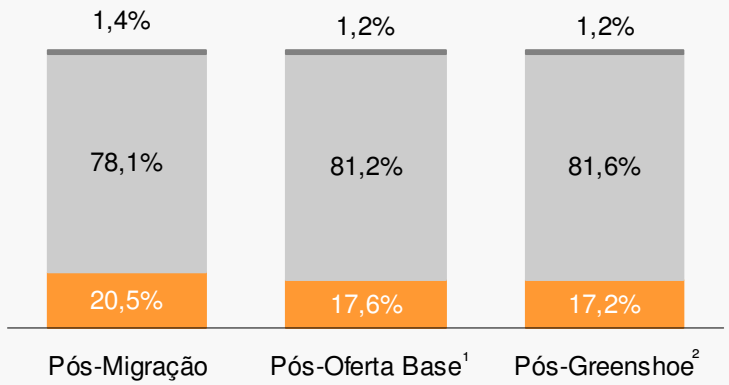
- Consolidação da plataforma educacional
- Crescimento orgânico



(1) Exclui matrículas de Centros de Ensino Profissionalizante

Migração para o Novo Mercado

Anhanguera Educacional migrou para o nível de maior governança corporativa da BM&FBovespa

	Pré-Migração	Pós-Migração e Oferta
Estrutura Acionária		
Valor Mobiliário	***Units*** **6 : 1** **Proporção Ações Não Votantes / Votantes**	**Ações Ordinárias** **Apenas Ações Votantes**
Nível de Governança	NÍVEL 2 BM&FBOVESPA	NOVO MERCADO BOVESPA BRASIL

(1) *Com base em oferta base de 20.000.000 de ações com valor total aproximado de R$734 mm, sem considerar greenshoe*
(2) *Com base em greenshoe de 3.000.000 ações*

Sumário da Oferta

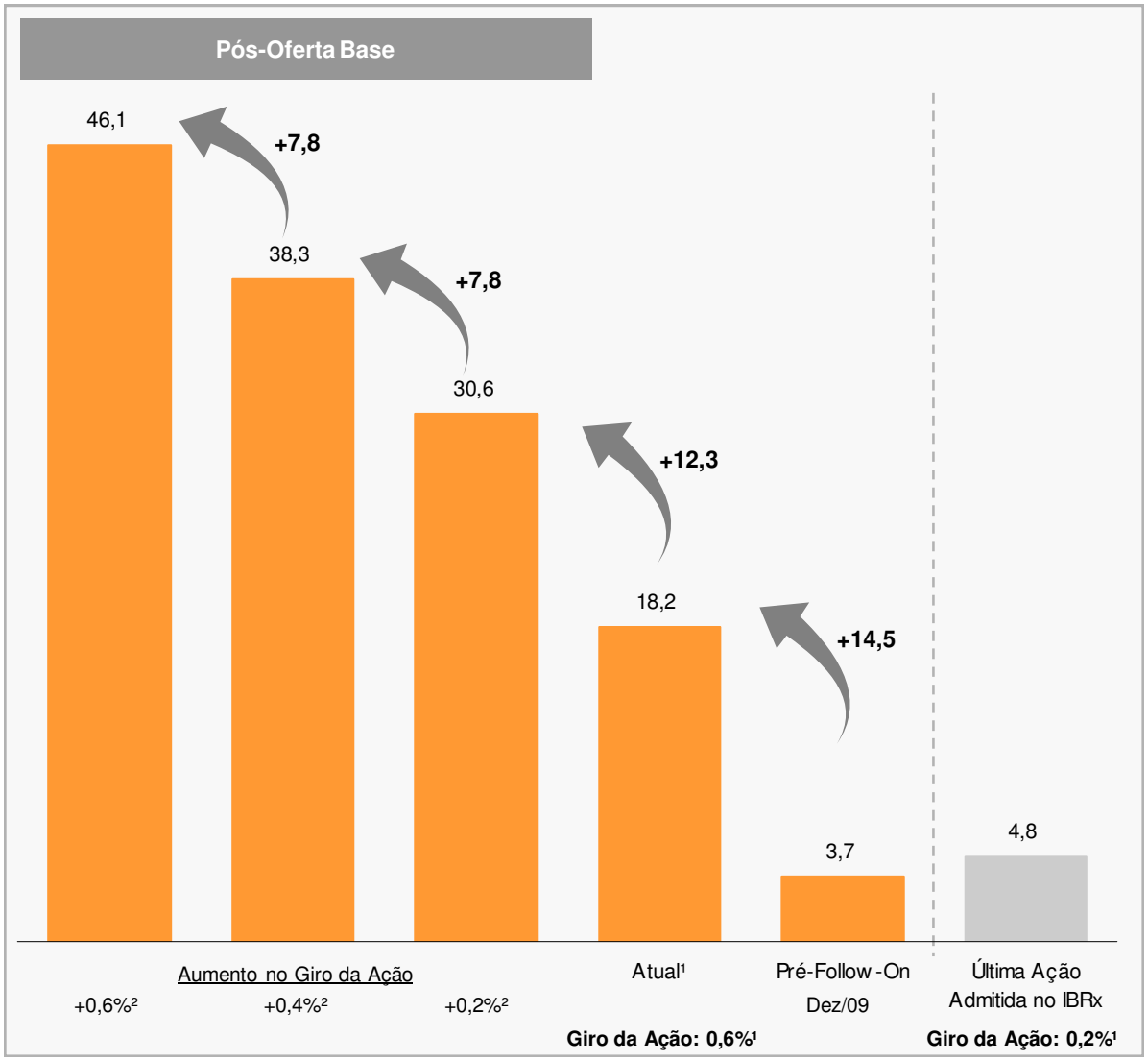
Emissor	■ Anhanguera Educacional Participações S.A. (AEDU3)
Registro	■ Follow-on no Brasil com esforços de colocação internacional sob a regra 144A / Reg S
Estrutura da Oferta	■ 20.000.000 ações ordinárias [1]
Tamanho da Oferta[1]	■ Aproximadamente R$734 milhões / US$431 milhões[2]
Tipo de Oferta	■ 100% primária
Lote Suplementar	■ 3.000.000 ações ordinárias (15% da oferta base)
Pricing	■ 9 de dezembro de 2010
Período de *Lock-up*	■ 90 dias
Joint Bookrunners	Itaú BBA; Bank of America Merrill Lynch; Santander Global Banking & Markets; BTG Pactual; Credit Suisse

(1) *Não considera hot issue e greenshoe*
(2) *Com base no preço por ação de fechamento em R$36,70 e taxa de câmbio R$ / US$ (PTAX) de 1,7016,em 9 de dezembro de 2010*

Forte Expansão da Liquidez

Aumento substancial de liquidez deve levar a Anhanguera a fazer parte dos mais importantes índices da BM&FBovespa

Volume Médio de Negociação Diária (R$ mm)



Índices Atuais

MSCI Latam

ITAG – Índice de Ações com Tag Along Diferenciado

MSCI Brazil Small Caps

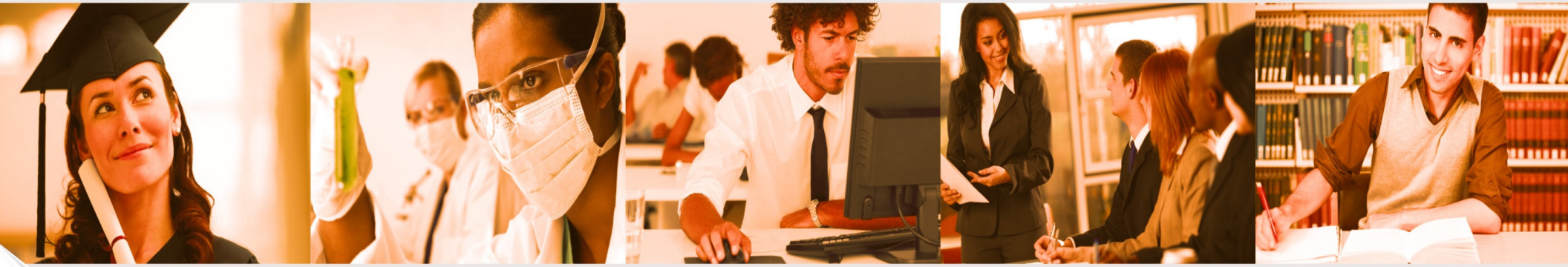
IGC – Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada

Próximo Patamar

IBRx

- Compreende as 100 primeiras ações da Bovespa em termos de Índice de Negociabilidade³
- O Índice de Negociabilidade atual da Anhanguera (0,15%) já é superior ao da última ação admitida no Índice em Outubro de 2010 (0,10%)
- Ação deve ser admitida ao Índice mesmo considerando um cenário conservador

(1) *Média dos últimos 30 dias*
(2) *Considera oferta base de R$734 milhões*
(3) *Considera raiz quadrada do produto entre o volume da ação / o volume total da Bovespa e o número de negócios da ação / número total de negócios da Bovespa nos últimos 12 meses*



SEÇÃO 1

Visão Geral de Mercado

ANHANGUERA

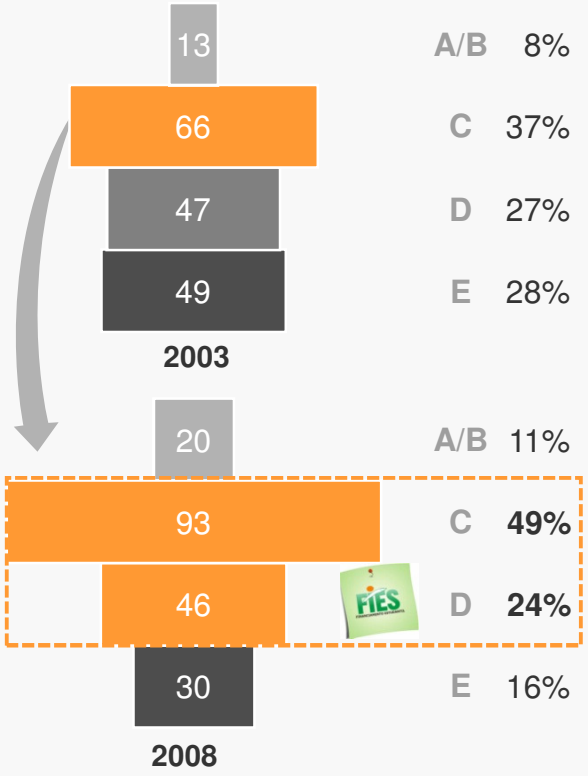
Dinâmica de Mercado Favorável

A valorização crescente da educação por parte dos consumidores de baixa renda...

Classe C Emergente + **Poder de Compra Crescente** + **Alta Elasticidade-Renda**

CLASSE C EMERGENTE[1]

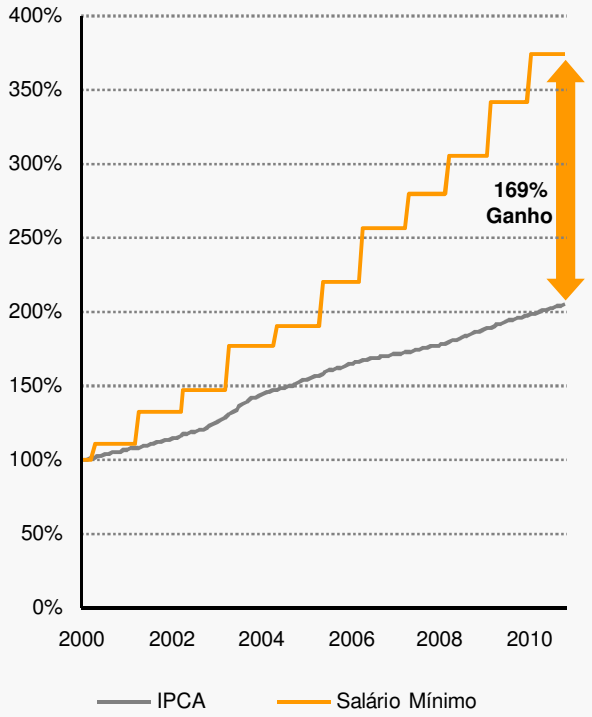
(Número de Habitantes, 2003 – 2008)



- 29 milhões de pessoas ingressaram na classe C nos últimos 6 anos e mais 36 milhões devem ingressar nos próximos 4 anos

PODER DE COMPRA EFETIVAMENTE MAIS ALTO

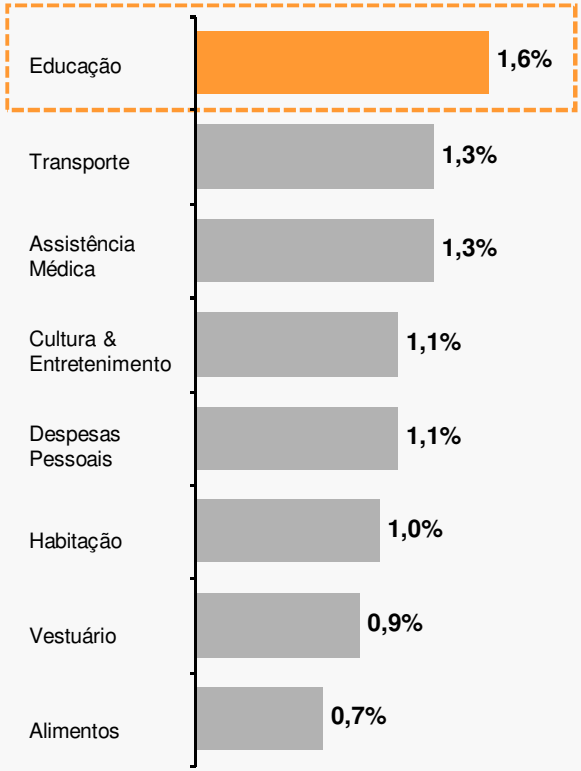
IPCA capitalizado vs Salário Mínimo



- O salário mínimo brasileiro tem aumentado de forma mais acelerada do que a inflação nos últimos 10 anos, elevando o poder efetivo de compra das classes emergentes

ELASTICIDADE-RENDA DA DEMANDA

(sensibilidade para cada 1% de aumento na renda, 2006)



- Alta elasticidade-renda: para cada 1,0% de aumento na renda, 1,6% de aumento na demanda por educação

Fonte: FGV (A Nova Classe Média: O Lado Brilhante dos Pobres), DIEESE, IPEA e McCann Erickson do Brasil

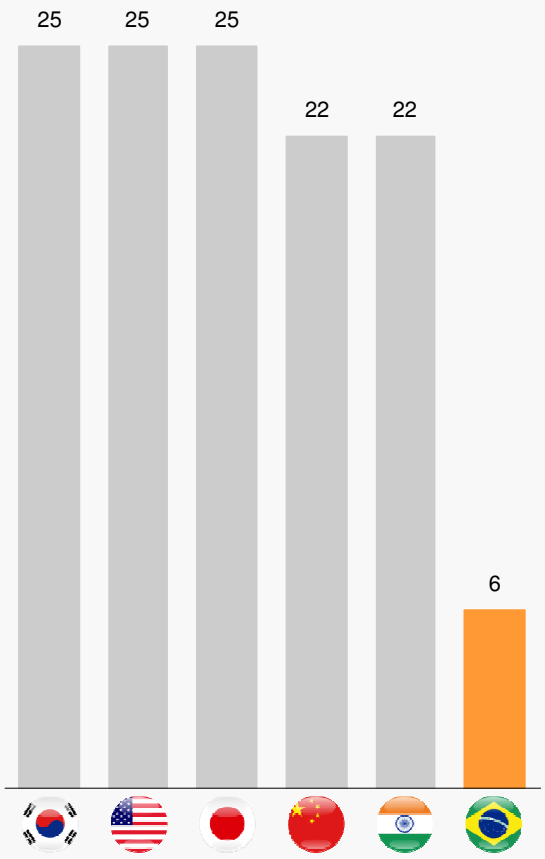
(1) Famílias com remuneração mensal de R$1.126 à R$4.854

Dinâmica de Mercado Favorável (cont.)

… aliada à dinâmica de mercado de trabalho resulta em forte prêmio à qualificação profissional e ...

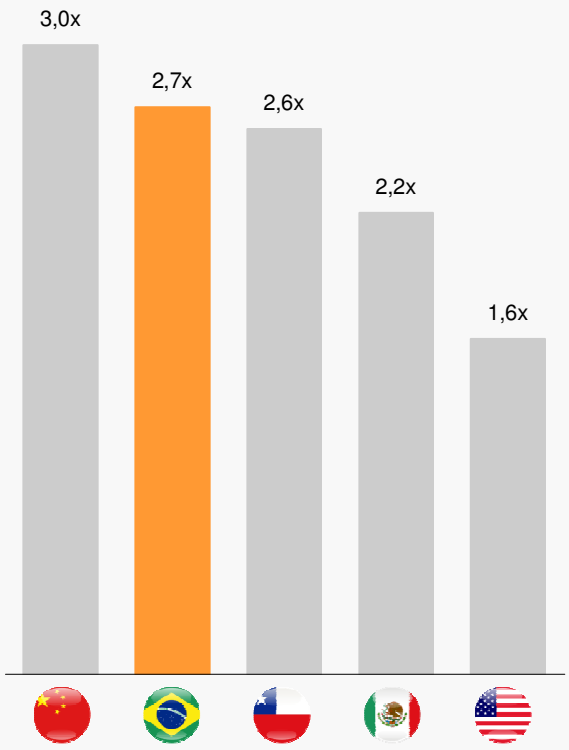
Escassez de Mão-de-Obra Qualificada + Alta Recompensa da Educação + Tendências Favoráveis do Mercado de Trabalho

ENGENHEIROS COM DIPLOMAS
(por 1.000 habitantes, 2006)

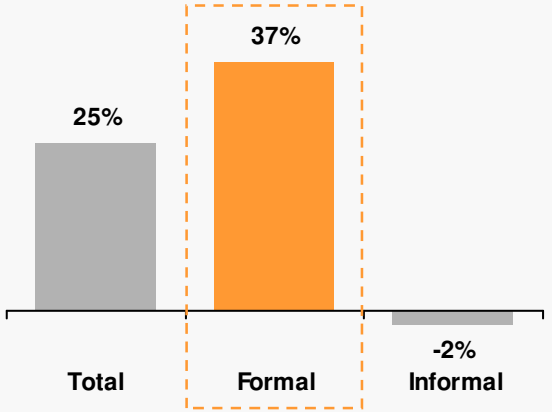


PRÊMIO DE RENDA ENTRE DIPLOMADOS E NÃO DIPLOMADOS
(x)

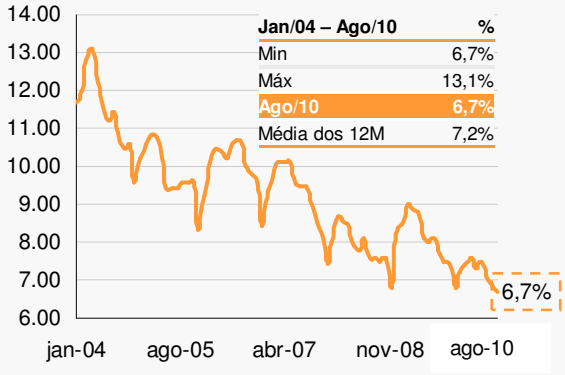
- Aumento na percepção do valor da educação



CRESCIMENTO DO EMPREGO 2004-10
(%, Jan/04 – Ago/10)



TAXA DE DESEMPREGO
(%)



Fonte: CNI, Confea, MEC, UNESCO, Hoper e IBGE

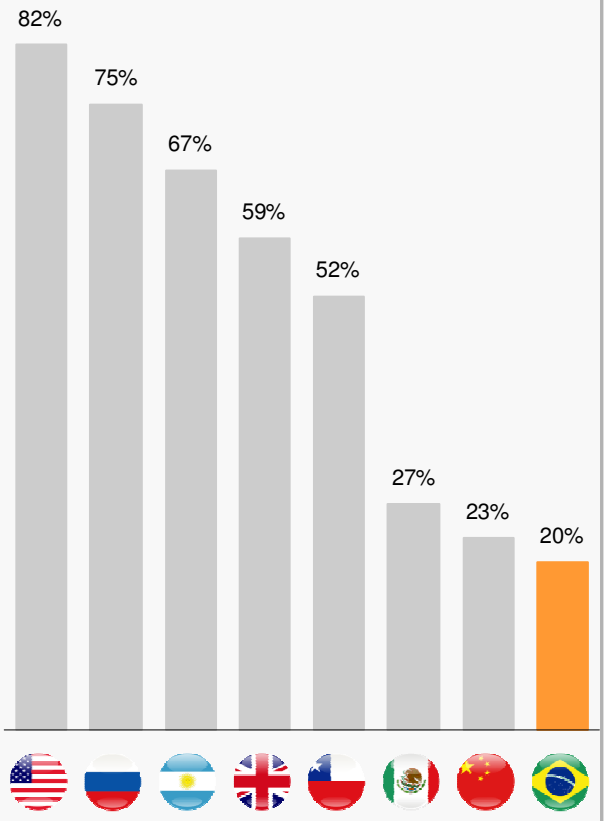
Dinâmica de Mercado Favorável (cont.)

… acelera o crescimento do principal segmento de atuação da Anhanguera

Mercado Alvo Subdesenvolvido + **Vetor de Crescimento: Baixa Renda** = **Enorme Crescimento nos Segmentos de Média e Baixa Renda**

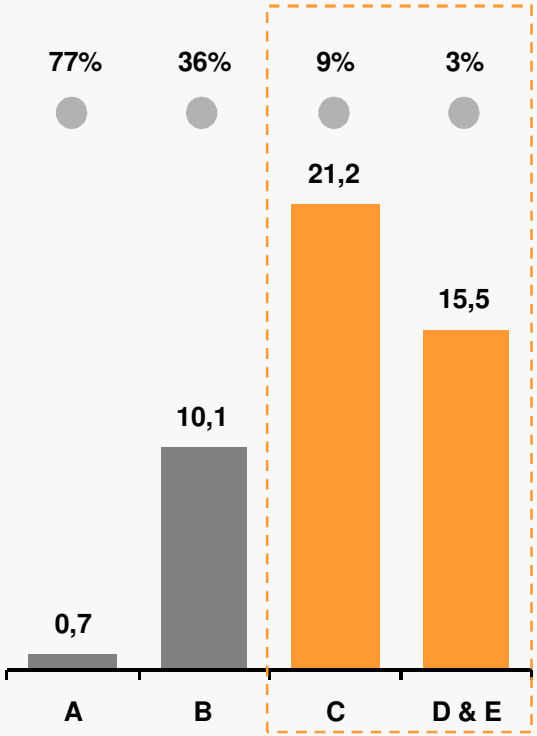
ENSINO SUPERIOR NO MUNDO (2008)[1]

(total de alunos Ensino Superior / total pop. 18-24 anos)



MAIOR POTENCIAL DE MERCADO NO SEGMENTO DE BAIXA RENDA

(% da penetração e milhões de pessoas sem Ensino Superior por classe)

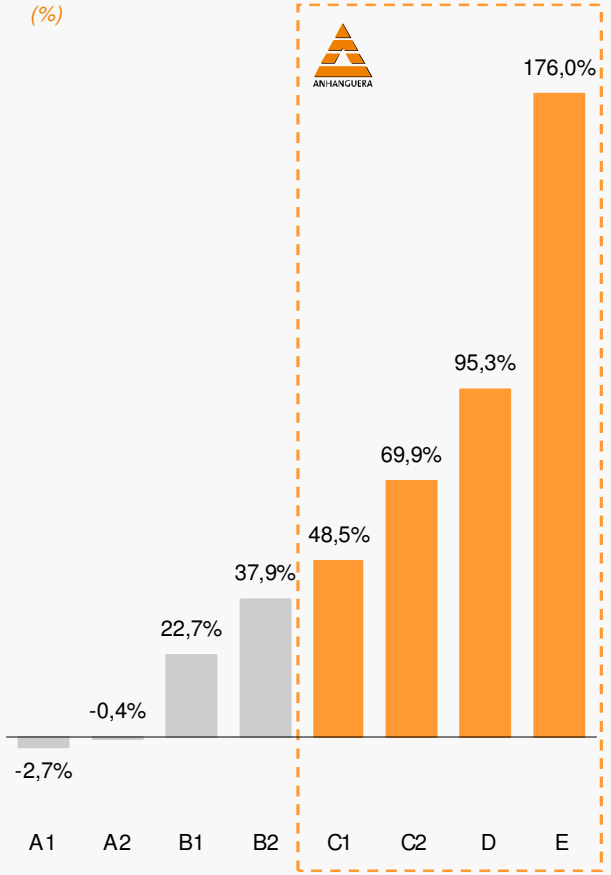


Penetração do Ensino Superior de pessoas entre 18 e 35 anos

- As classes C, D e E representam mais de 36 milhões de consumidores potenciais

CRESCIMENTO DE MATRÍCULAS NO ENSINO SUPERIOR POR CLASSE DE RENDA 2004-08

(%)



Fonte: UNESCO e Hoper

(1) Dados do Brasil de 2007

Financiamento para Estudantes de Baixa Renda

FIES: Programa de financiamento subsidiado pelo governo para alavancar o crescimento no setor e aumentar penetração

FIES: Programa de Financiamento Subsidiado pelo Governo

FIES FINANCIAMENTO ESTUDANTIL

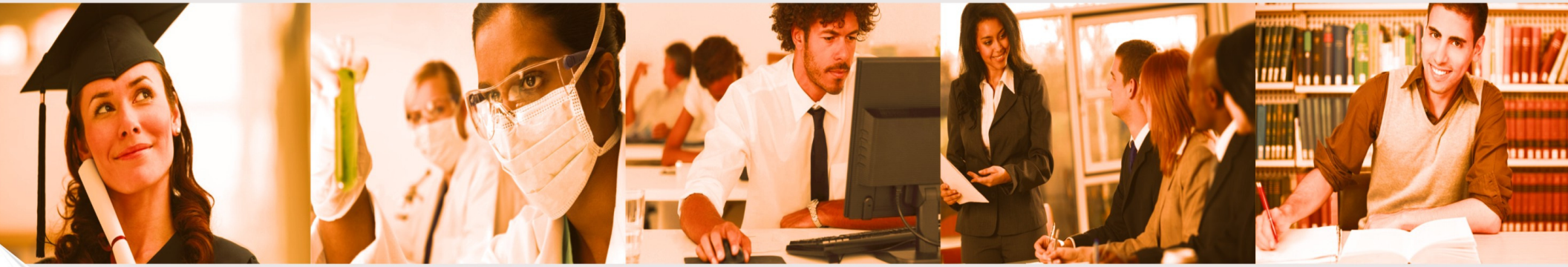
- Financiamento subsidiado pelo governo destinado a estudantes de baixa renda
- **15,5 milhões de pessoas passarão a ter acesso ao ensino superior (Classe D)**



FIES (Financiamento Estudantil)	
Taxa de juros nominal (% p.a.)	Fixos 3,4%
Prazo do Empréstimo	7-20 anos
Mensalidade (enquanto matriculado)	R$15,0
Mensalidade (pós conclusão do curso)[1]	R$150-175
Agentes Financeiros	CEF e BB
Alunos matriculados	~ 58.000

Fonte: MEC, Street Research e PNAD

(1) Fluxo de pagamento mensal para curso de 4 anos com mensalidade de R$400,00, sendo 100% financiado pelo FIES



SEÇÃO 2

Visão Geral da Companhia

ANHANGUERA

Anhanguera: Proposição Única de Valor

Combinação única de conveniência, qualidade e acessibilidade, resultando em crescimento consistente e superior

Proposição Única

Conveniência

- Grades flexíveis: Companhia oferece cursos de 1, 2, 3 ou 4 dias com atividades *in loco*
- Conteúdo *online* e tele-aulas
- Tutoria *online* disponível para alunos
- Câmpus e pólos em locais de fácil acesso

Qualidade

- Aulas com professores conceituados
- Classificada acima de seus concorrentes pelo ENADE e pelo MEC
- Alto nível de satisfação por parte dos estudantes
- Uma das 30 marcas mais reconhecidas no país

Acessibilidade

- Mensalidades competitivas
- Material didático a 20% do preço de tabela
  - Mais acessível do que fotocópias
- Modelo híbrido permite maior eficiência de custo

+ Métodos de Ensino



Aulas Tradicionais



Materiais Impressos



Tele-Aulas



Espaço *Online*

+ Plataforma Tecnológica



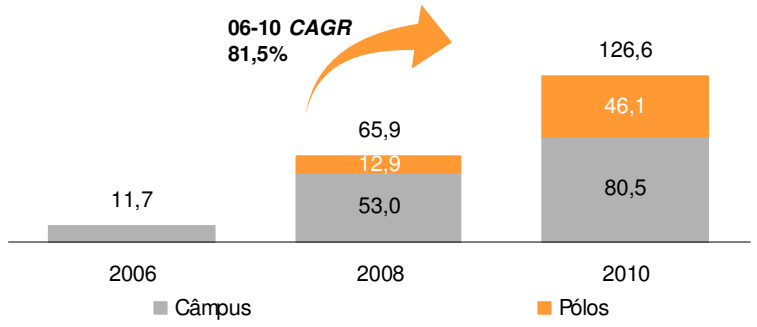
Satélite



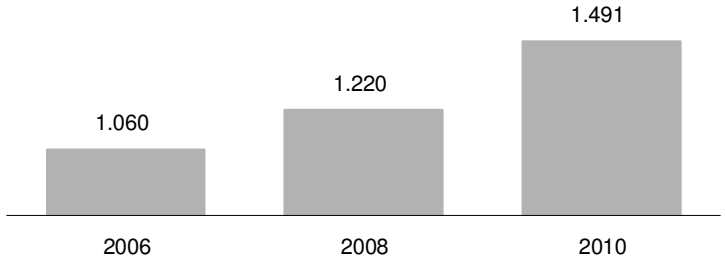
Infraestrutura *Web*

= Crescimento Consistente

Ciclo de Admissão Total ('000s novas matrículas)



Novos Alunos / Câmpus

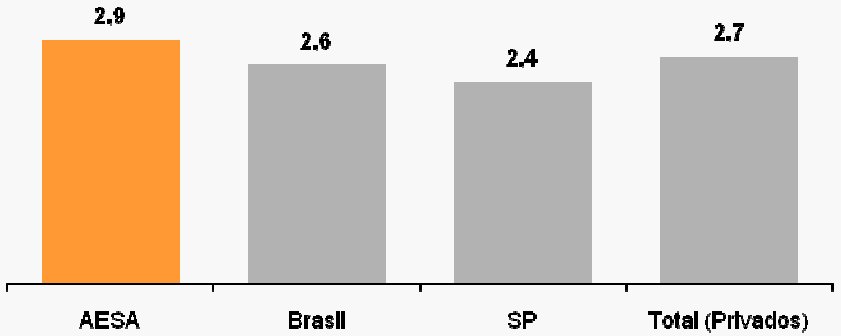


Fonte: Relatórios da companhia

Qualidade Comprovada com Marca Forte e Reconhecimento Nacional

Como conseqüência dos excelentes resultados em todas as dimensões de qualidade acadêmica, a Anhanguera foi classificada como a 29ª marca mais valiosa do Brasil pela Brand Analytics

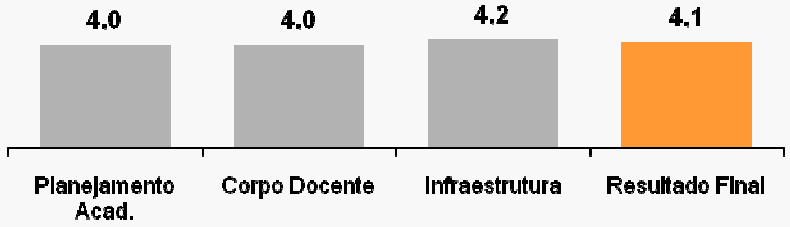
Performance Nacional dos Estudantes (ENADE) (1) (2)



(0: mais baixo / 5: mais alto)

Visitas de Diligência 2008 e 2009 (MEC) (1)

- O Ministério da Educação (MEC) mede a qualidade por meio de visitas periódicas e exames
- Câmpus e Pólos foram avaliados em 44 ocasiões diferentes entre 2008 e 2009



(0: mais baixo / 5: mais alto)

Uma das 30 Marcas Mais Valiosas do País

26	Ipiranga	613	500	581
27	Swift	-	-	564
28	Cyrela Realty	754	461	526
29	Anhanguera	-	193	513
30	Gol	929	485	446
31	Pão de Açúcar	348	397	432

(Brand Analytics / MillwardBrown, 2010)

3º Lugar entre as Empresas do Setor de Serviços



- 1º em Responsabilidade Social
- 1º em Inovação e Qualidade
- 2º em Recursos Humanos
- 4º em Governança Corporativa

Uma das Melhores Empresas do Setor de Serviços em 2009



	Nome	Tipo	Controle
11	Copasa	Estatal	Brasileiro
12	Hospital Santa Catarina	Privada	Brasileiro
13	Anhanguera Educacional	Privada	Brasileiro
14	Infraero	Estatal	Brasileiro
15	Embrapa	Estatal	Brasileiro

Prêmios em Responsabilidade Social e *Marketing*

- 1º Lugar no "Ranking de Responsabilidade Social" (IstoÉ, 2009)

RANKING DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

	EMPRESAS	PONTOS
1º	ANHANGUERA EDUCACIONAL	37.45
2º	ACCOR BRASIL	33.75
3º	TICKET	30.40
4º	CELSP - ULBRA	29.08
5º	SERASA	27.75

- 1º Lugar no "Ranking de Marketing Direto" (ABEMD, 2010)

ABEMD
Associação Brasileira de Marketing Direto

(1) *Fonte: MEC*
(2) *Considera um ciclo de 3 anos; Para Anhanguera, somente currículo padronizado; Brasil inclui as 3 maiores cidades do país; SP inclui os 3 maiores representantes do Estado de São Paulo*

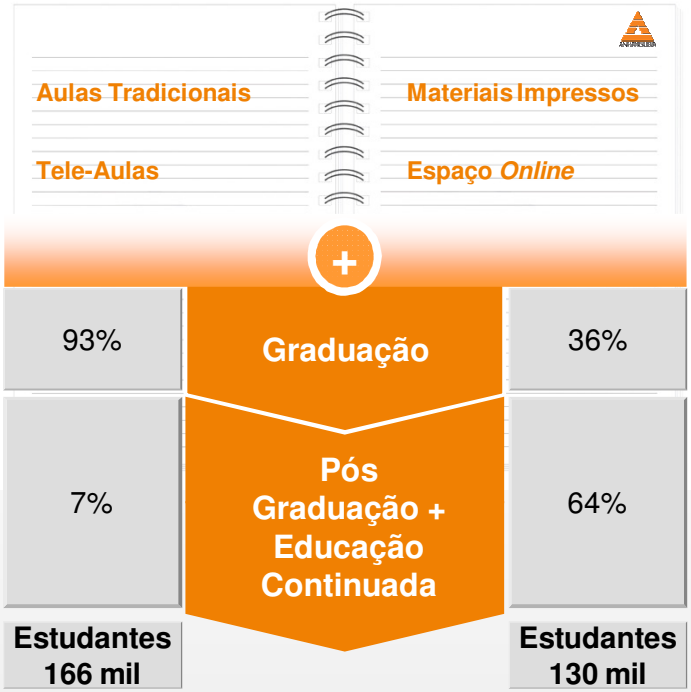
Mix de Produtos e Capacidade de Distribuição

A Anhanguera oferece cursos para todos os níveis de ensino superior com diversas metodologias de ensino por meio de dois canais diferentes de distribuição

Campus

- Grandes centros
  - Capacidade: 2.000 – 7.000 alunos
  - Portfólio de cursos
  - Infraestrutura (ex. laboratórios, bibliotecas)
  - Ambiente regulatório mais rígido
- Cidades-alvo: > 100mil habitantes

Metodologias de Ensino



Pólos

- Cidades pequenas e médias
  - Capacidade: 300 – 1.000 alunos
  - Administrados por parceiros locais
  - Infraestrutura disponibilizada por parceiros
  - Menor requerimento regulatório
- Cidades-alvo: < 100mil habitantes

Destaques (9M10)

Receita Líquida (R$ mm)	606
Receita Líq. Mensal Por Estudante (R$)	406
Unidades	54
Alunos por Unidade	3.074
Margem Bruta	41,4%

Destaques (9M10)

Receita Líquida (R$ mm)	154
Receita Líq. Mensal Por Estudante (R$)	132
Unidades	>500
Alunos por Unidade	260
Margem Bruta	56,3%

Modelo de Negócios Padronizado

Modelo acadêmico e de negócios padronizado assegurando ganhos de escala

Câmpus	Pólos
54 Unidades	>500 Unidades

Total de Alunos: 296 mil

Funcionários : 12,7 mil

Plataforma de Ensino e Administrativa centralizada
Funcionários da Sede/Administração: <1.000

Centro de Serviços Integrado

- Câmpus e Pólos administrados pela sede da Companhia
- Sistemas e controles administrativos integrados
- Sistemas integrados de TI

Modelo Acadêmico Padronizado

- Desenvolvimento do Currículo
  - Padronização e reprodução de currículos acadêmicos
- Programas de Ensino à Distância
  - Conteúdo *online* por meio de internet e aulas transmitidas
- Treinamento Centralizado
  - Metodologia padronizada de treinamento de professores

Plataforma de Vendas e Marketing

- Marca mais valiosa de educação no Brasil e uma das 30 marcas mais valiosas do país[1]
- Programa nacional de *marketing*
  - Alavancagem operacional
- Companhia altamente reconhecida por sua responsabilidade social [2]

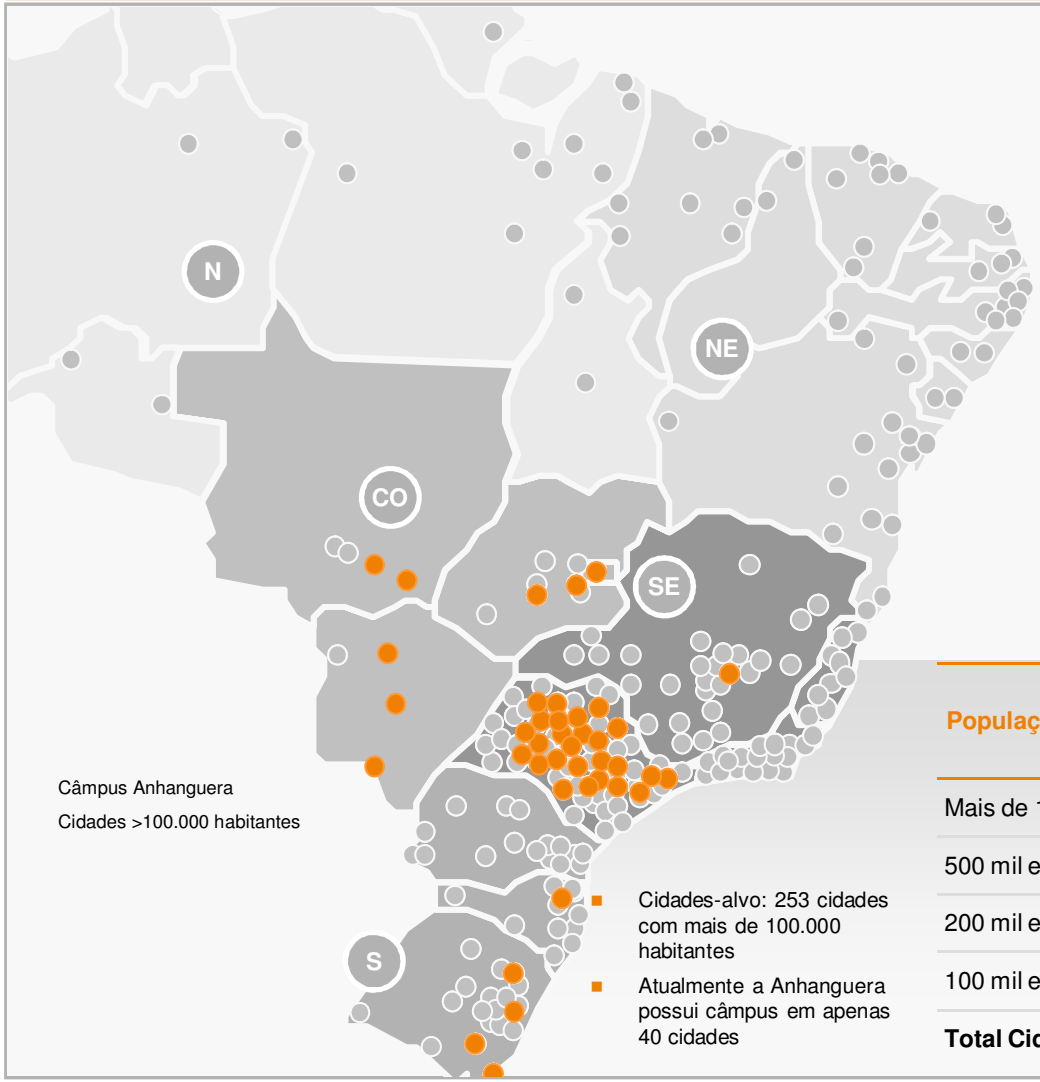
Plataforma preparada para proporcionar crescimento consistente e fácil integração de unidades adquiridas

(1) *Brand Analytics / MillwardBrown, 2010*
(2) *IstoÉ, 2009*

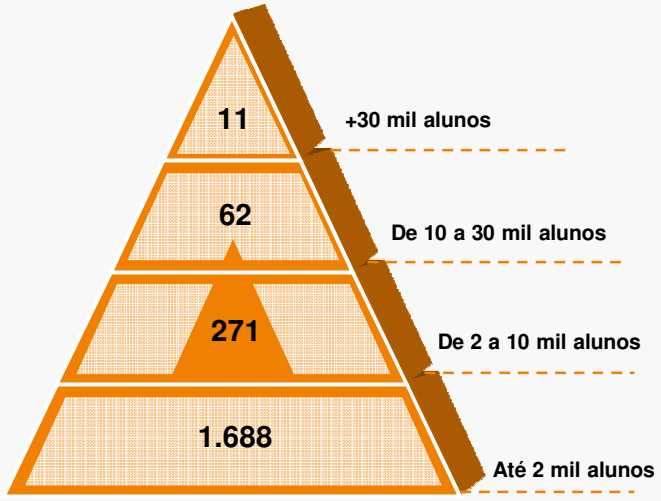
Oportunidades de Consolidação

Grande quantidade de ativos para transações de diversos tamanhos, visando complementar a capilaridade da Companhia em regiões de alta atratividade

Oportunidades no Mercado de Educação Superior



DENSIDADE DO MERCADO (Brasil)
de INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PRIVADAS



População	Cidades	Cidades com Câmpus AEDU	% de Cidades com Câmpus AEDU	# de Câmpus AEDU	AEDU Câmpus / Cidades
Mais de 1 mm	14	4	29%	11	2,8
500 mil e 1 mm	22	6	27%	10	1,7
200 mil e 500 mil	89	11	12%	13	1,2
100 mil e 200 mil	128	19	15%	20	1,1
Total Cidades-alvo	**253**	**40**	**16%**	**54**	**1,4**

Fonte: INEP, Consultoria Hoper e Companhias.

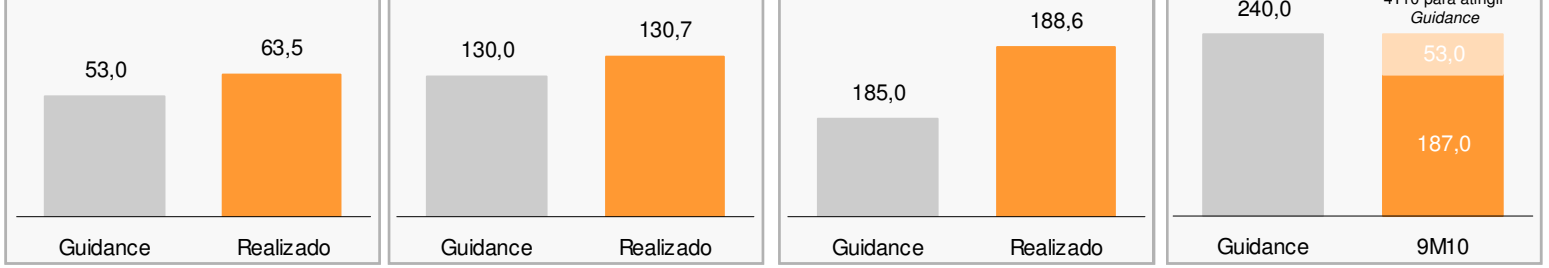
Administração Altamente Qualificada

Administradores experientes e comprometidos com a entrega de resultados

Time de Gestores

	Cargo	Nome	Experiência Previa	Anos na Anhanguera	Posição	Nome	Experiência Prévia	Anos na Anhanguera
Diretores	Diretor Superintendente	Alexandre Dias	Google, DirecTV	1	VP Administrativo	Oseas Santos	Wal-Mart	1
	VP Financeiro	Ricardo Scavazza	DASA, Pátria	8	Diretor de Serviços	Célio Lopes	Unibanco	2
	VP Planejamento	José Augusto Texeira	Goldman Sachs, Pátria	7	Diretor de TI	Luciano Possani	Sky	3
	VP Acadêmica	Ana Maria Sousa	FMU, Unitri	3	Diretor de RH	João Daniel	Claro, Pepsi	1
	VP Operações	Antonio Costa	American Express, Citi, Abril	2				
Fundador	Presidente	Antonio Carbonari	Anhanguera	16	Diretor dos programas LFG	Luis Flávio Gomes	LFG	9

	2007 (IPO)	2008 (Follow-on I)	2009 (Follow-on II)	Atual
Matrículas (# de cidades)	29.028 (10)	92.253 (32)	253.576 (40)	300.959 (40)
***Guidance* vs. Realizado**	'07 *GUIDANCE* VS. REALIZADO Lucro Líquido Ajustado (R$ mm)	'08 *GUIDANCE* VS. REALIZADO EBITDA Ajustado (R$ mm)	'09 *GUIDANCE* VS. REALIZADO EBITDA Ajustado (R$ mm)	'10 *GUIDANCE* VS. 9M10 REALIZADO EBITDA Ajustado (R$ mm)





Anexo:

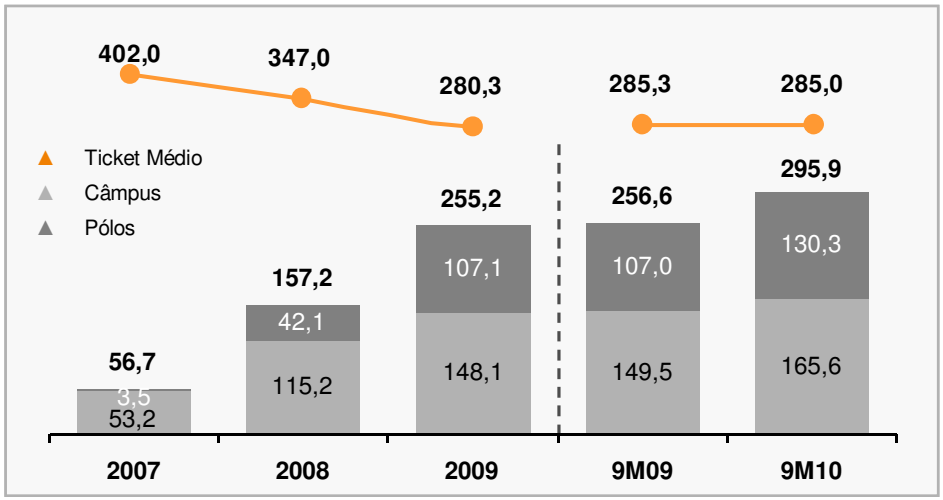
Destaques Financeiros e Operacionais

ANHANGUERA

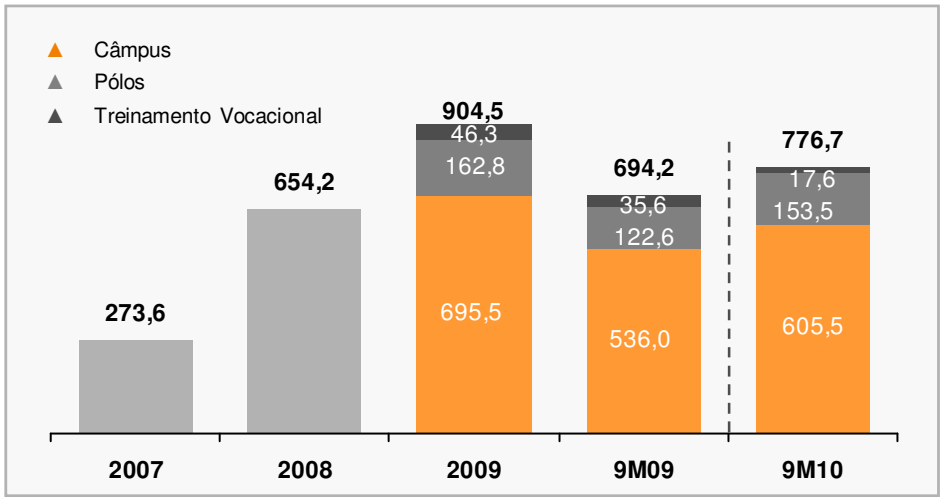
Destaques Financeiros e Operacionais

A companhia vem consistentemente entregando crescimento e melhora de rentabilidade

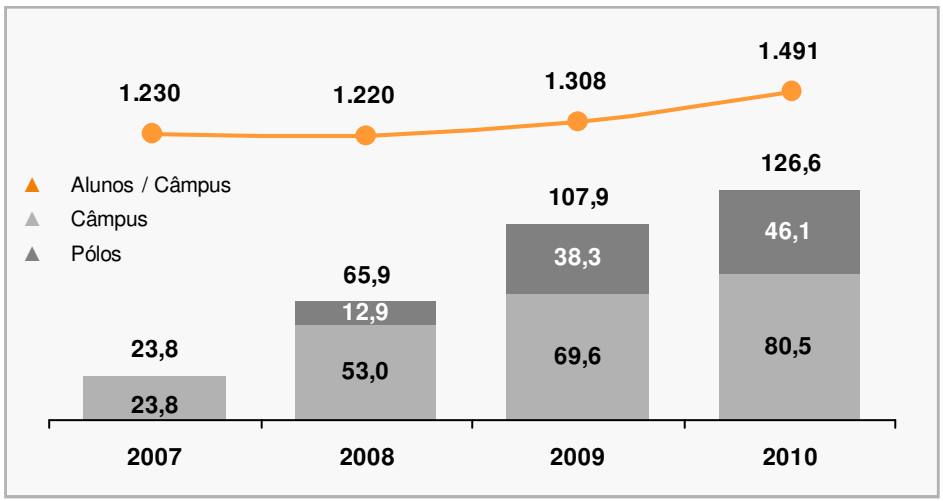
Matrículas (‘000s) e Ticket Médio (R$ por mês)



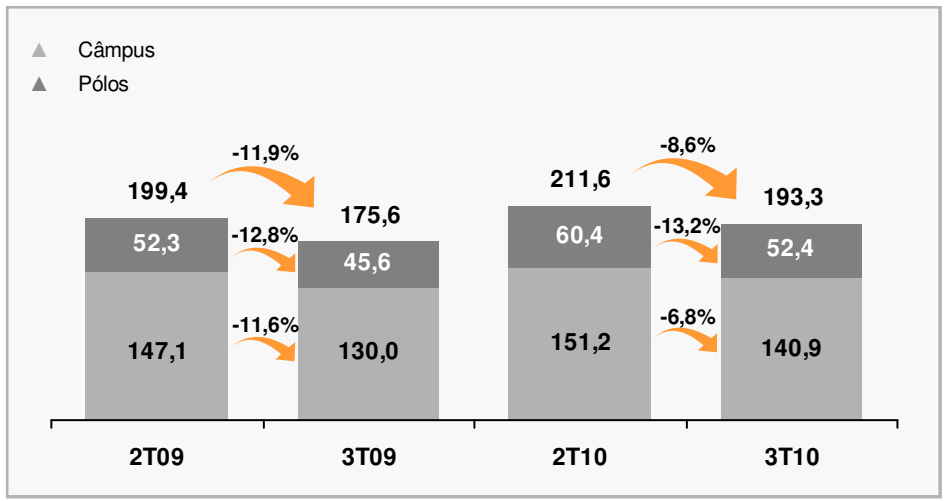
Receita Líquida (R$ mm)



Ciclo de Admissão (‘000s novas matrículas)



Retenção (‘000s inscrições)

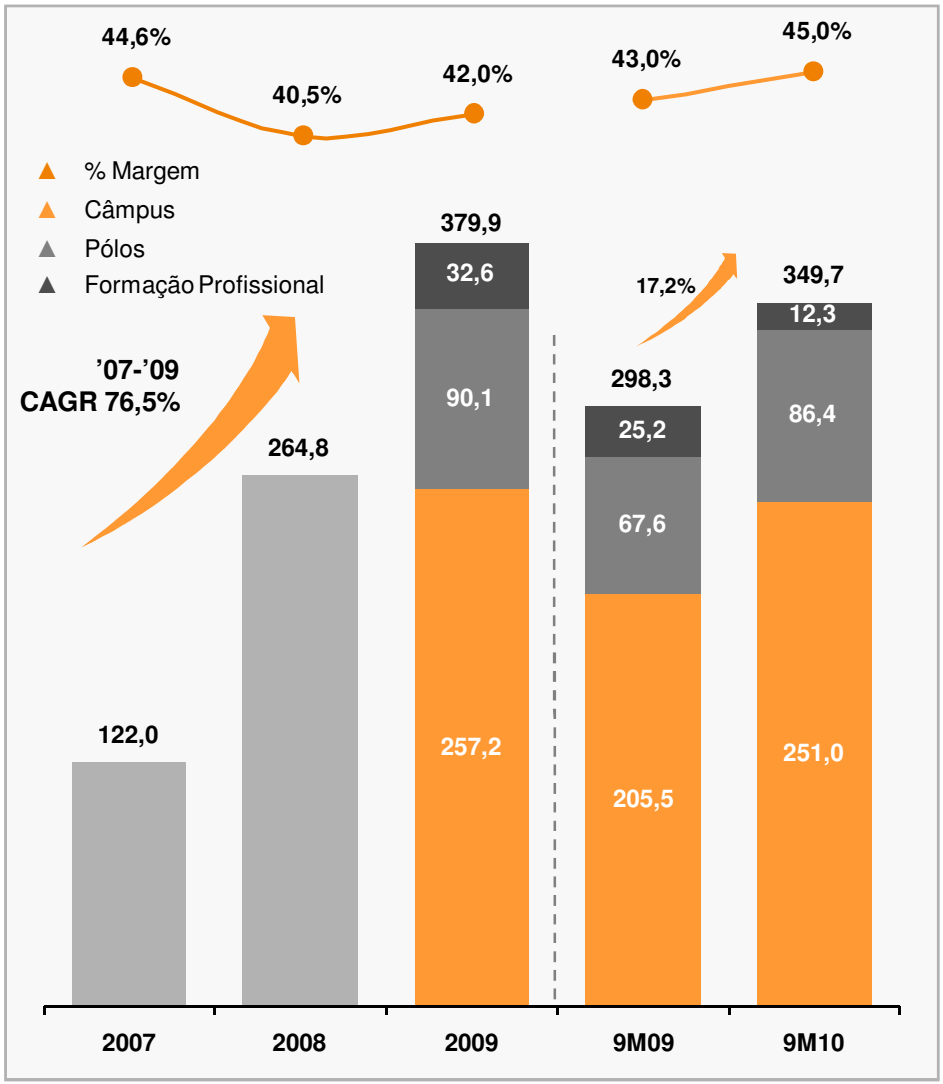


Fonte: Companhia

Espaço para Expansão da Margem Bruta

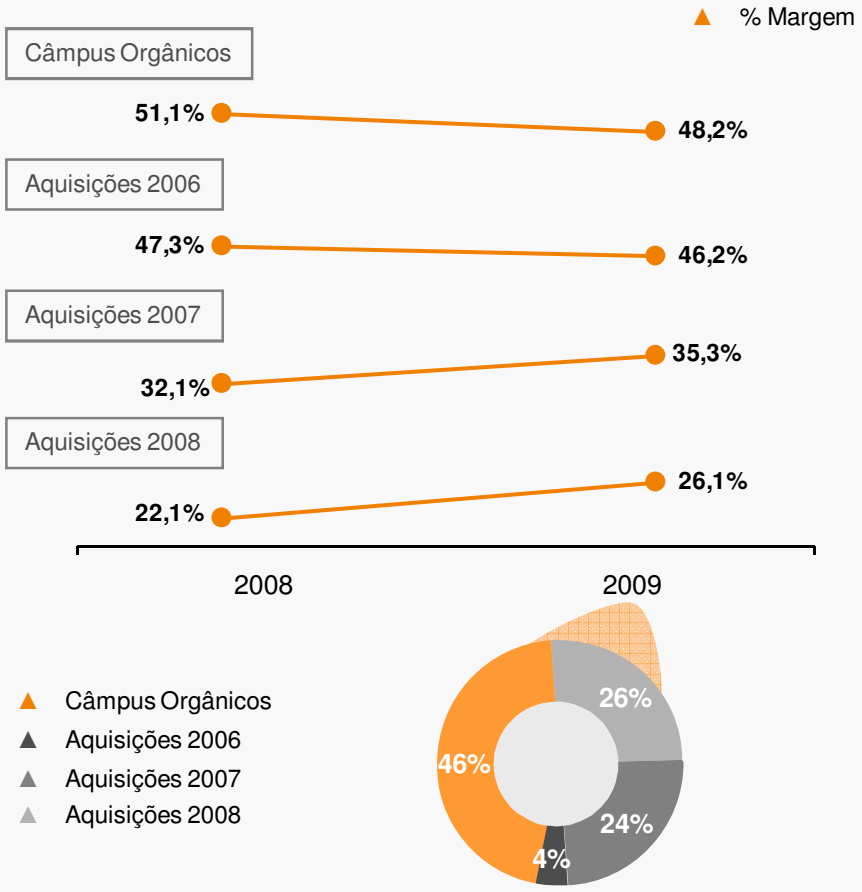
Maturação de Câmpus e aumento da participação dos Pólos geram potencial de maior expansão da margem bruta

Lucro Bruto (R$mm) e a Margem Bruta (%)



Breakdown da *Performance* dos Câmpus (%)

- Câmpus adquiridos levam até 4 anos para maturação
- Ao final do 4º ano, espera-se que a margem bruta de campus adquiridos convirja para as margens de câmpus orgânicos

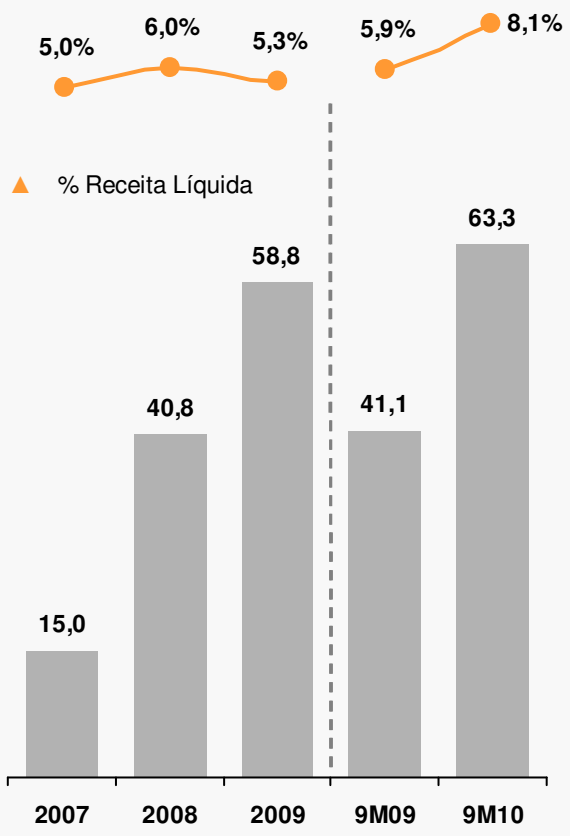


Despesas de Vendas, Gerais & Administrativas

Despesas de Vendas e G&A aumentaram devido à expansão das atividades de *marketing*, abordagem menos conservadora com recebíveis e integração do modelo de negócios

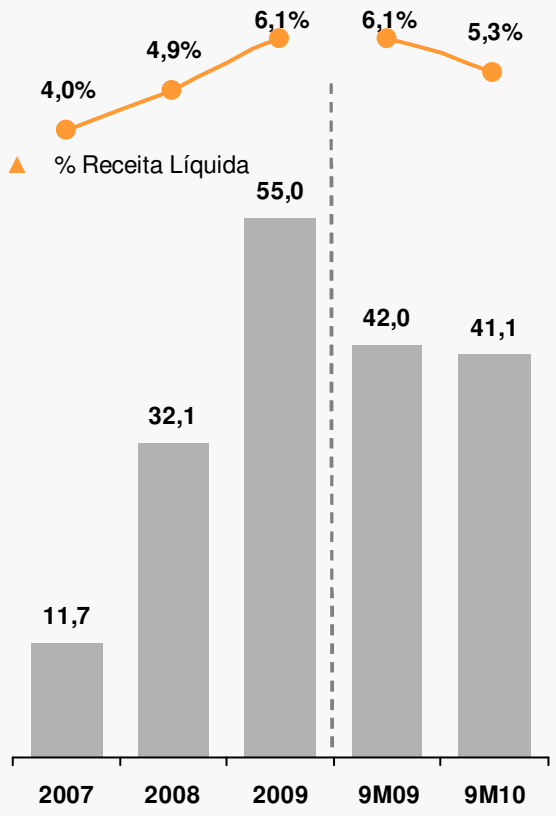
Despesas de Marketing (R$ mm)

- As despesas de marketing de 2009 permanecem em linha com as do 2008
- Lançamento do FIES em 2010 (não recorrente)



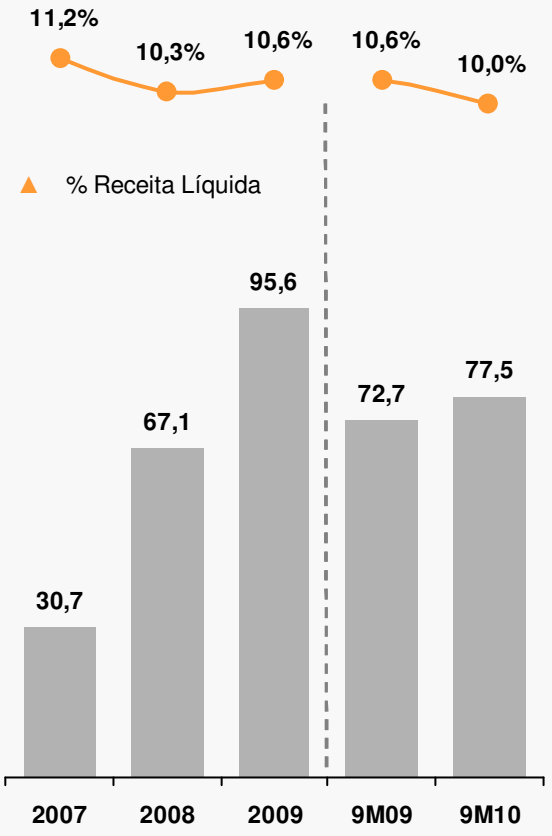
PDD (R$ mm)

- Em resposta à crise econômica global, a Companhia, de modo conservador, aumentou o PDD, saindo de 4,9% em 2008 para 6,1% em 2009
- Entretanto, a PDD foi reduzida sequencialmente desde 4T09



Despesas G&A (R$ mm)

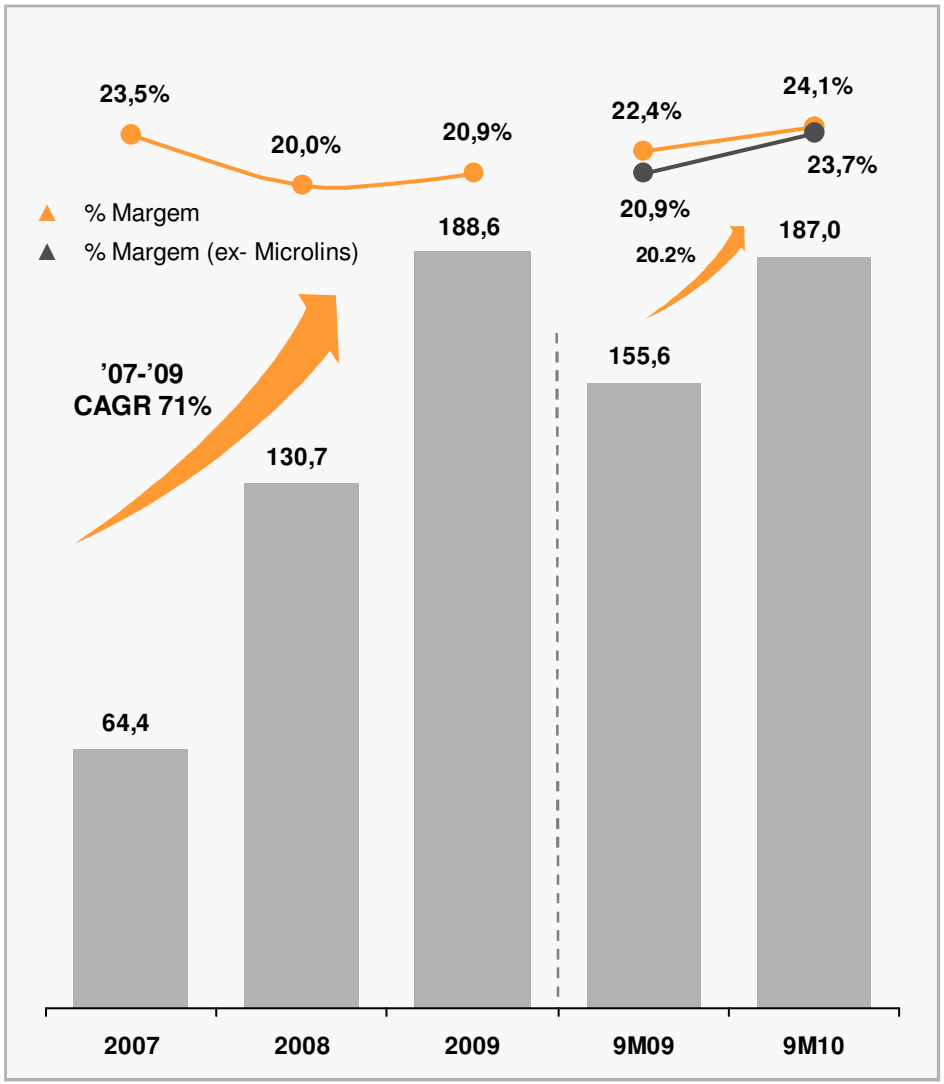
- O modelo de negócios da Companhia melhora o perfil das despesas G&A; integração dos *back-offices* começa a gerar diluição das despesas



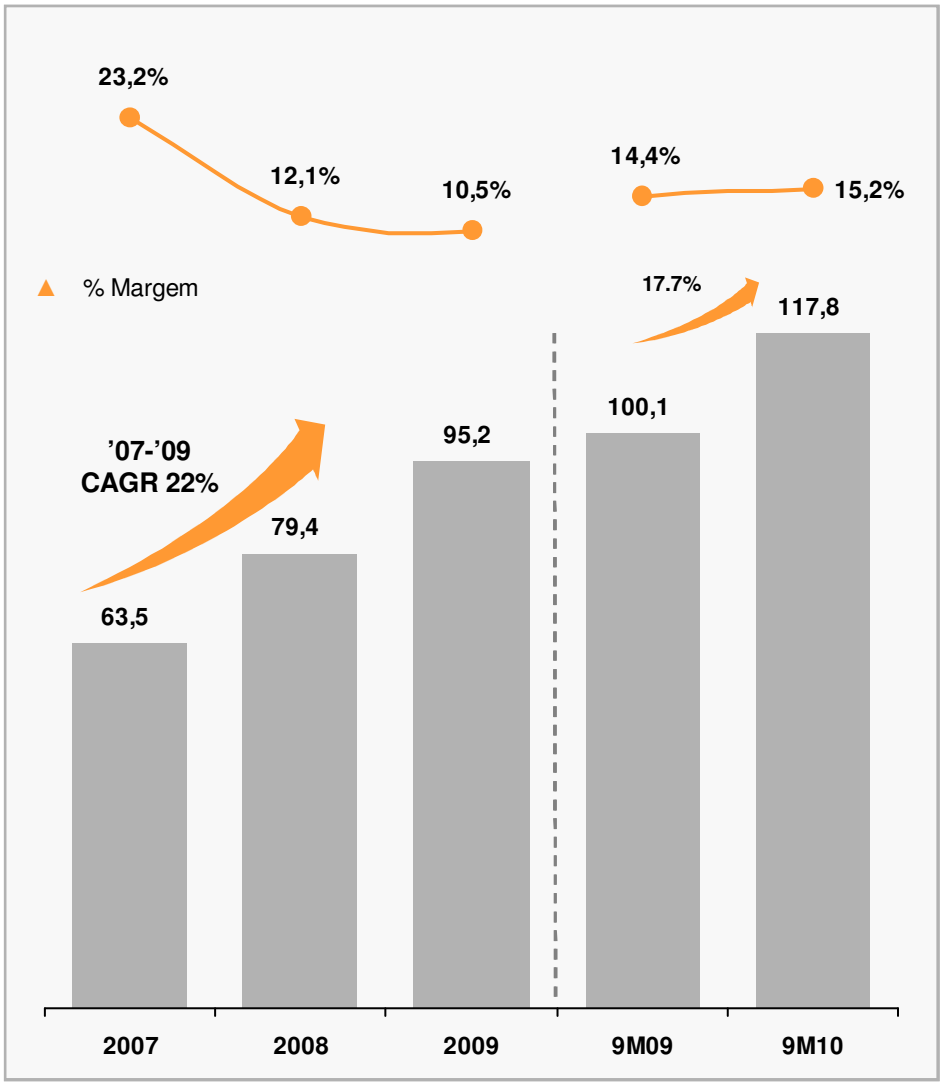
EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado (1)

As margens de EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado estão se recuperando da PDD mais alta e da integração de unidades de negócio

EBITDA Ajustado (R$ mm) e Margem EBITDA Ajustada (%)



Lucro Líquido Ajustado (R$ mm)



(1) *Ajustado pela amortização do ágio, custos e despesas pré-operacionais, despesas da oferta pública quando aplicável*

Demonstração de Resultado

Demonstração de Resultado em 30 de Setembro de 2010 (R$ mm)

	3T10	3T09	var %	9M10	9M09	var %
Receita Bruta	**381,6**	**331,7**	**15,0%**	**1.174,9**	**1.022,7**	**14,9%**
(-) Deduções	(129,9)	(111,5)	16,5%	(398,2)	(328,4)	21,2%
Receita Líquida	**251,7**	**220,2**	**14,3%**	**776,7**	**694,2**	**11,9%**
(-) Custo dos Serviços Prestados (1)	(143,6)	(128,5)	11,7%	(427,0)	(395,9)	7,9%
Lucro Bruto	**108,1**	**91,7**	**17,9%**	**349,7**	**298,3**	**17,2%**
(-) Despesas de Vendas (2)	(34,6)	(28,2)	22,8%	(104,4)	(83,1)	25,6%
(-) Despesas Gerais e Adm. (1)	(19,6)	(16,3)	20,4%	(77,5)	(72,7)	6,7%
(+/-) Resultado Financeiro Operacional	7,7	4,0	91,8%	19,2	13,0	47,3%
EBITDA	**61,6**	**51,2**	**20,1%**	**187,0**	**155,6**	**20,2%**
(-) Depreciação e Amortização	(10,8)	(7,3)	**47,0%**	(25,8)	(20,5)	26,3%
(-) Resultado Financeiro	(13,3)	(8,0)	66,1%	(35,0)	(23,9)	46,2%
(-) IR e CS (3)	(3,3)	(6,7)	-50,7%	(9,6)	(9,9)	-3,4%
(-) Participação de Minoritários	0,0	(0,8)	-100,0%	1,3	(1,1)	n.a.
Lucro Líquido Ajustado	**34,2**	**28,4**	**20,4%**	**117,8**	**100,1**	**17,7%**
(-) Amortização (4)	(12,5)	(5,2)	140,0%	(23,0)	(17,0)	35,1%
(-) Despesas com oferta pública	0,0	0,0	n.a	0,0	0,0	n.a.
(-) Resultado Fin. Não-caixa (APV e Outros)	(8,1)	(5,1)	59,5%	(23,6)	(15,2)	55,4%
(-) Provisão IR e CS Diferidos / Outros	18,6	0,9	2000,5%	12,4	2,1	n.a.
Lucro Líquido	**32,2**	**19,0**	**69,4%**	**83,6**	**70,0**	**19,5%**

(1) Exceto depreciação e amortização
(2) Exceto amortização de despesas pré-operacionais
(3) Exceto Provisões para IR Diferido / Outros
(4) Inclui amortização de custos e de despesas pré-operacionais realizados até 2008, dado que a partir de 2009, devido às alterações promovidas pela Lei 11.638, não há mais o diferimento de custos e despesas dessa natureza

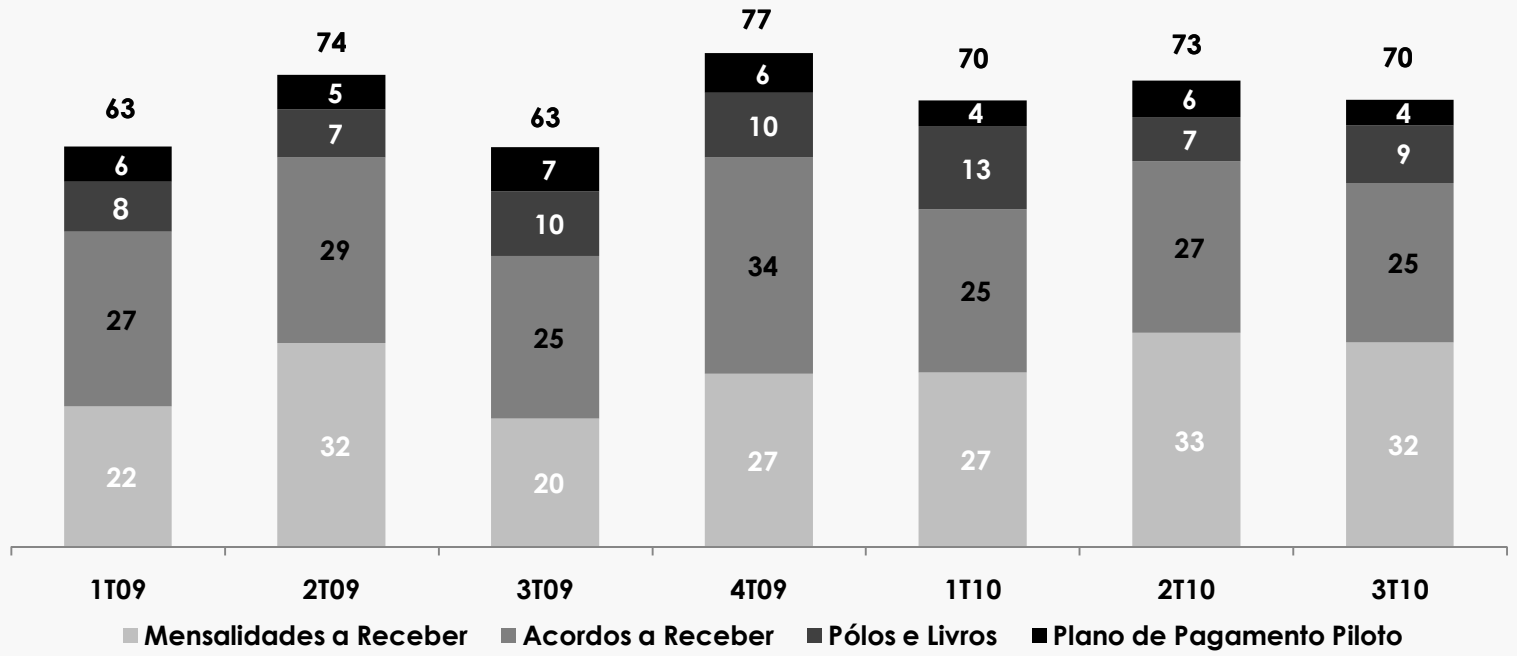
Capital de Giro

Variação do Capital Circulante Líquido (R$ mm)

R$ (mm)	1T09	2T09	3T09	4T09	2009	Balanço 2009	1T10	2T10	3T10	9M10
Variação do CCL	**(48,3)**	**(18,8)**	**28,9**	**(22,4)**	**(60,6)**	**87,1**	**(35,1)**	**3,7**	**8,6**	**(22,8)**
(-) Variação no Ativo Circulante	**(40,8)**	**(27,4)**	**42,6**	**(25,5)**	**(51,1)**	**209,7**	**(27,2)**	**(23,5)**	**18,0**	**(32,7)**
Mensalidades a receber	(34,6)	(20,7)	36,6	(27,4)	(46,1)	180,4	(32,9)	(2,6)	6,2	(29,3)
Despesas antecipadas	1,1	(5,5)	5,4	(1,6)	(0,7)	16,1	1,9	(6,5)	2,8	(1,8)
Estoques	(6,4)	0,6	2,8	(0,8)	(3,9)	11,6	5,5	(8,5)	7,4	4,4
Outros	(0,9)	(1,7)	(2,2)	4,3	(0,5)	1,6	(1,7)	(5,9)	1,7	(5,9)
(+) Variação no Passivo Circulante	**(7,4)**	**8,6**	**(13,7)**	**3,1**	**(9,5)**	**122,6**	**(7,9)**	**27,2**	**(9,4)**	**9,9**
Fornecedores	8,1	(11,0)	(8,8)	5,0	(6,7)	15,4	(0,7)	4,3	(5,9)	(2,4)
Salários	8,0	25,1	(14,9)	(17,5)	0,6	48,7	7,1	15,3	3,0	25,5
Impostos a recolher	(2,0)	0,2	5,8	(3,2)	0,8	15,6	(0,1)	4,6	0,4	4,9
Outras obrigações a pagar	(2,6)	(7,2)	7,7	1,2	(0,9)	22,4	(0,2)	(2,0)	(0,1)	(2,2)
Mensalidades antecipadas	(18,9)	1,6	(3,5)	17,6	(3,3)	20,5	(14,0)	5,0	(6,9)	(15,9)

Contas a Receber – Dias de Venda

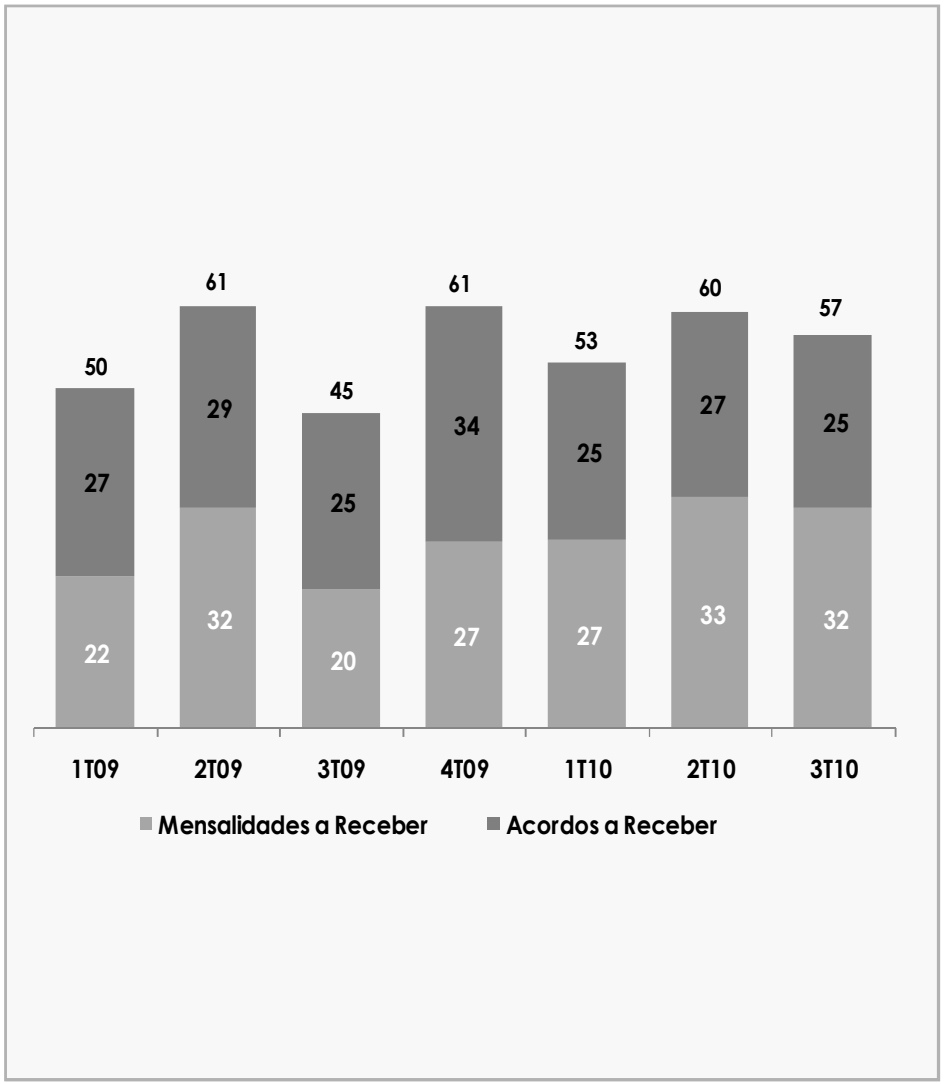
Em milhões de R$



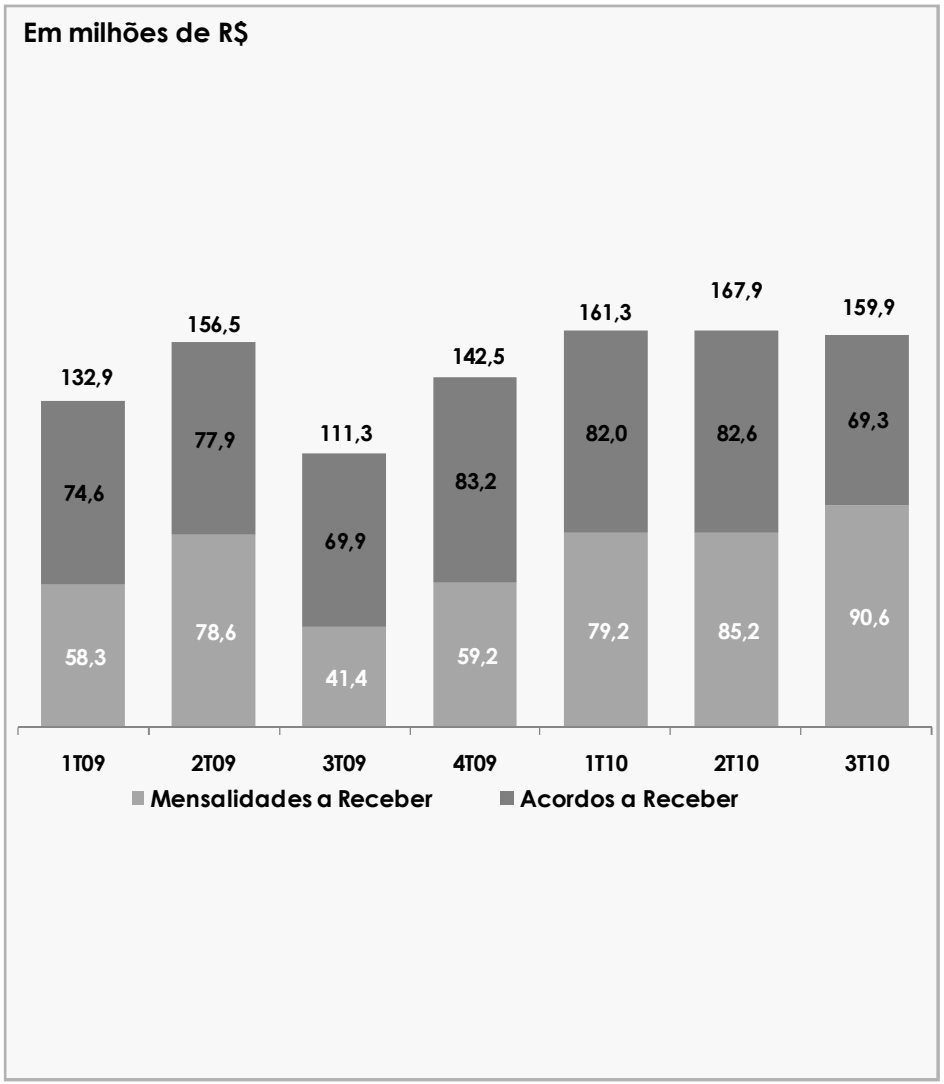
	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
Receita Líquida	242,8	231,3	220,2	210,3	274,8	250,2	251,7
Variação T/T	27%	-5%	-5%	-5%	31%	-9%	1%
Contas a Receber (CP)	168,9	189,6	153,0	180,4	213,3	202,9	196,7
Variação T/T	26%	12%	-19%	18%	18%	-5%	-3%
Variação caixa	(34,6)	(20,7)	36,6	(27,4)	(32,9)	10,5	6,2

Mensalidades a Receber

Dias de Vendas



Saldo de Mensalidades a Receber



Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R$ mm)

(R$ mm)	1T09	2T09	3T09	4T09	2009	1T10	2T10	3T10	9M10
Recebimentos de Caixa	**63,6**	**38,7**	**45,4**	**30,5**	**178,2**	**68,8**	**50,3**	**58,3**	**177,4**
EBITDA	65,2	39,1	51,2	33,1	188,6	72,1	53,4	61,6	187,0
(-) Contribuição Social e IR	(1,6)	(0,4)	(5,8)	(2,6)	(10,4)	(3,3)	(3,1)	(3,3)	(9,6)
Variação do CCL	(48,3)	(18,8)	28,9	(22,4)	(60,6)	(35,1)	3,7	8,6	(22,8)
Geração de Caixa Operacional	**15,4**	**19,8**	**74,3**	**8,1**	**117,6**	**33,7**	**54,1**	**66,8**	**154,5**
Investimentos (1)	(40,1)	(24,5)	(9,9)	5,7	(68,8)	(30,2)	(14,4)	(51,0)	(95,6)
Geração de Caixa Após Investimentos	**(24,7)**	**(4,7)**	**64,4**	**13,8**	**48,8**	**3,5**	**36,8**	**15,9**	**56,1**
Atividades de Financiamento	32,7	(26,2)	35,5	145,4	187,4	(5,1)	(32,3)	(145,2)	(182,6)
Variação de Caixa	**8,0**	**(30,9)**	**99,9**	**159,2**	**236,2**	**(1,6)**	**4,5**	**(129,3)**	**(126,5)**
Caixa Inicial	29,1	37,1	6,2	106,1	29,1	265,3	263,7	268,1	265,3
Caixa Final	37,1	6,2	106,1	265,3	265,3	263,7	268,1	138,8	138,8

(1) Inclui baixa de ativos vendidos

Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial em 30 de Setembro de 2010 (R$ mm)

Ativo	3T10	3T09	Passivo	3T10	3T09
Circulante	**469,5**	**362,8**	**Circulante**	**245,8**	**274,3**
Caixa e Bancos	2,0	6,5	Empréstimos bancários	67,6	130,0
Aplicações financeiras	136,8	99,5	Fornecedores	11,7	11,4
Mensalidades a receber	196,7	153,0	Salários, férias e encargos sociais	71,5	63,1
Estoques	6,2	10,8	Impostos e contribuições a recolher	44,3	36,4
Outras contas a receber	50,8	44,0	Impostos parcelados	4,3	6,4
Impostos a recuperar	26,8	31,8	Outras contas a pagar	20,5	13,5
Outros	50,0	17,3	Outros	26,0	13,7
Realizável a Longo Prazo	**129,3**	**47,2**	**Exigível a Longo Prazo**	**474,8**	**348,5**
Depósitos judiciais	1,1	1,4	Empréstimos bancários	202,1	93,9
Mensalidades a receber	8,7	7,7	Impostos parcelados	12,6	19,2
Outras contas a receber	21,8	4,1	Compromissos a pagar	173,8	178,5
Impostos diferidos	69,9	0,0	Provisão para contigências	22,4	9,8
Outros	27,8	34,1	Outras contas a pagar	0,2	24,1
			Outros	63,6	23,1
			Participação de Minoritários	0,0	0,9
Permanente	**1.256,6**	**1.261,9**	**Patrimônio Líquido**	**1.134,8**	**1.048,2**
Total do Ativo	**1.855,3**	**1.672,0**	**Total do Passivo**	**1.855,3**	**1.672,0**

ANHANGUERA EDUCACIONAL PARTICIPAÇÕES S.A.

