



Apresentação de Resultados

1T24

13 de maio de 2024

* Aviso Legal

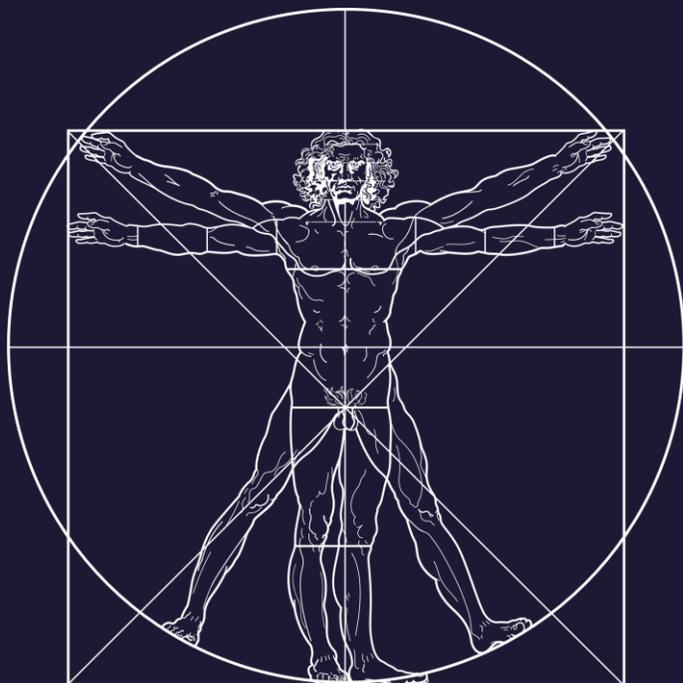
Esta apresentação contém declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua Administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsões, estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como os termos "acreditamos", "antecipamos", "esperamos", "estimamos", "projetamos", entre outros com significado semelhante. Referidas declarações prospectivas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros. Advertimos os investidores que diversos fatores fazem com que os resultados efetivos se diferenciem de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas nesta apresentação.

Em vista dos riscos e incertezas supramencionados, as circunstâncias e eventos prospectivos discutidos neste documento podem não ocorrer, e os resultados futuros da Companhia podem diferir significativamente daqueles expressos ou sugeridos nessas declarações prospectivas. Declarações prospectivas envolvem riscos e incertezas e não são garantias de eventos futuros. Os investidores não devem tomar nenhuma decisão de investimento com base nas declarações prospectivas eventualmente aqui contidas. Em nenhuma circunstância, nem a Companhia, nem suas subsidiárias, conselheiros, diretores, agentes ou funcionários serão responsáveis perante terceiros (incluindo investidores) por qualquer decisão de investimento tomada com base nas informações e declarações presentes nesta apresentação, ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico.

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 destas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não verificamos independentemente da posição competitiva, posição de mercado, taxa de crescimento ou qualquer outro dado fornecido por terceiros ou outras publicações da indústria. A Companhia não se responsabiliza pela veracidade de tais informações.

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. As escalas dos gráficos dos resultados podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração. Dessa forma, os números e os gráficos apresentados podem não representar a soma aritmética e a escala adequada dos números que os precedem, e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras.

vitru *
EDUCAÇÃO



Nossa missão é
**democratizar o
acesso à educação**
por meio de um
ecossistema digital e
capacitar cada aluno
**a criar sua própria
história de
sucesso**

* Principais destaques do 1T24



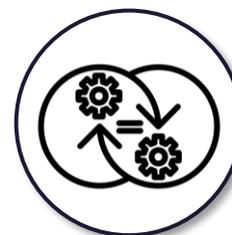
5º lugar na lista das principais EdTechs do mundo em 2024 pela TIME e Statista, reconhecendo nossa **excelência em qualidade** e **inovação no ensino digital**



Mais de **939 mil** alunos matriculados em **Graduação EAD**



Processo de migração das ações da Vitru para a B3 aprovado em Assembleia realizada em **19 de abril de 2024**



Mais avanços nos processos de **integração**, agora com a **harmonização** dos critérios de **ativação dos alunos** entre as duas marcas

* Principais destaques do 1T24 (cont.)



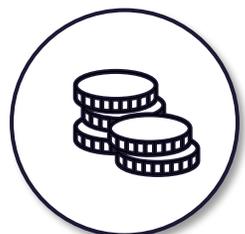
Aumento de **3,4%** no **ticket médio** da Grad. EAD no 1T24 vs. 1T23, validando o compromisso da Vitru com **preços competitivos** e **diferenciação do produto**



Receita Líquida Consolidada aumentou **13,5%** no 1T24 vs. 1T23



EBITDA Ajustado Consolidado cresceu **1,0%** no 1T24 vs. 1T23, com uma **Margem EBITDA Ajustada** atingindo **33,9%** no 1T24 vs 38,1% no 1T23



O **Fluxo de Caixa Operacional Ajustado** cresceu **33,0%** no 1T24, com uma Conversão de **104,6%** (vs. 80,5% no 1T23)

* Adoção de melhores práticas entre as marcas da Vitru

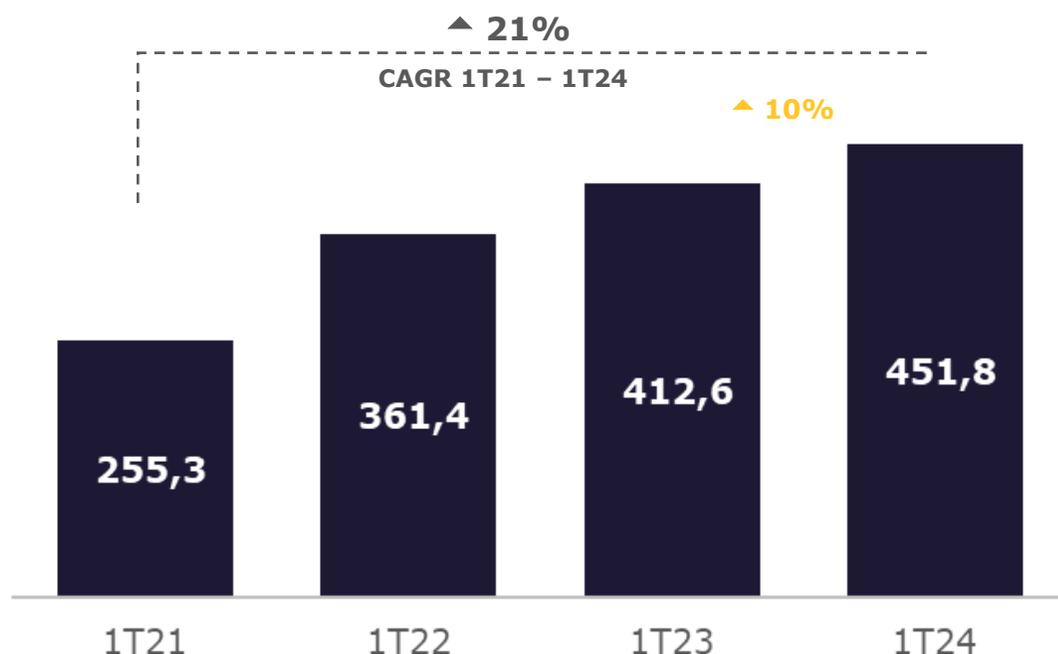


A partir de 2024, a Uniasselvi passa a usar os mesmos critérios da Unicesumar para ativação dos alunos → **harmonização** dentro do projeto de integração e implementação de melhores práticas

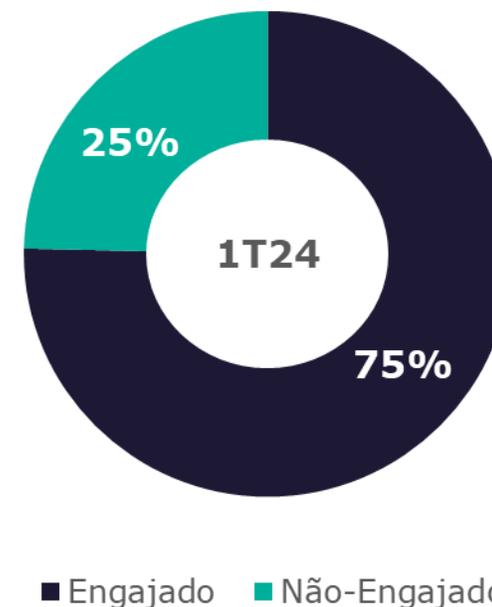
- * Menor crescimento nominal em 2024 vs. 2023 da **base de alunos** e da **Receita Líquida**, com os seguintes impactos estimados:
 - * ~94 mil alunos a menos em 31/03/24 (cerca de 11% dos alunos da Grad. EAD)
 - * ~R\$18MM a menos na Receita Líquida do 1T24 (cerca de 3,5% do total)
 - * **Sem impacto caixa**
- * Outros efeitos positivos:
 - * Redução da **PCLD** ao longo de 2024 e 2025 e melhores taxas de **retenção**
 - * **Savings** tributários (ISS)

* Captação total crescendo ~10% no 1T24, mesmo sobre uma base de comparação alta, refletindo os diferenciais da Vitru

Captação Total | Graduação EAD⁽¹⁾
(‘000)



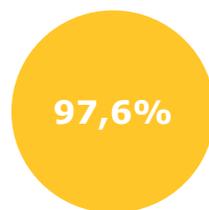
Composição da Captação no 1T24



* Alunos "não engajados" não são mais incluídos na base de alunos e na Receita Líquida a partir do 1T24

* Expansão menor da base de alunos de Graduação EAD, mas com maior engajamento

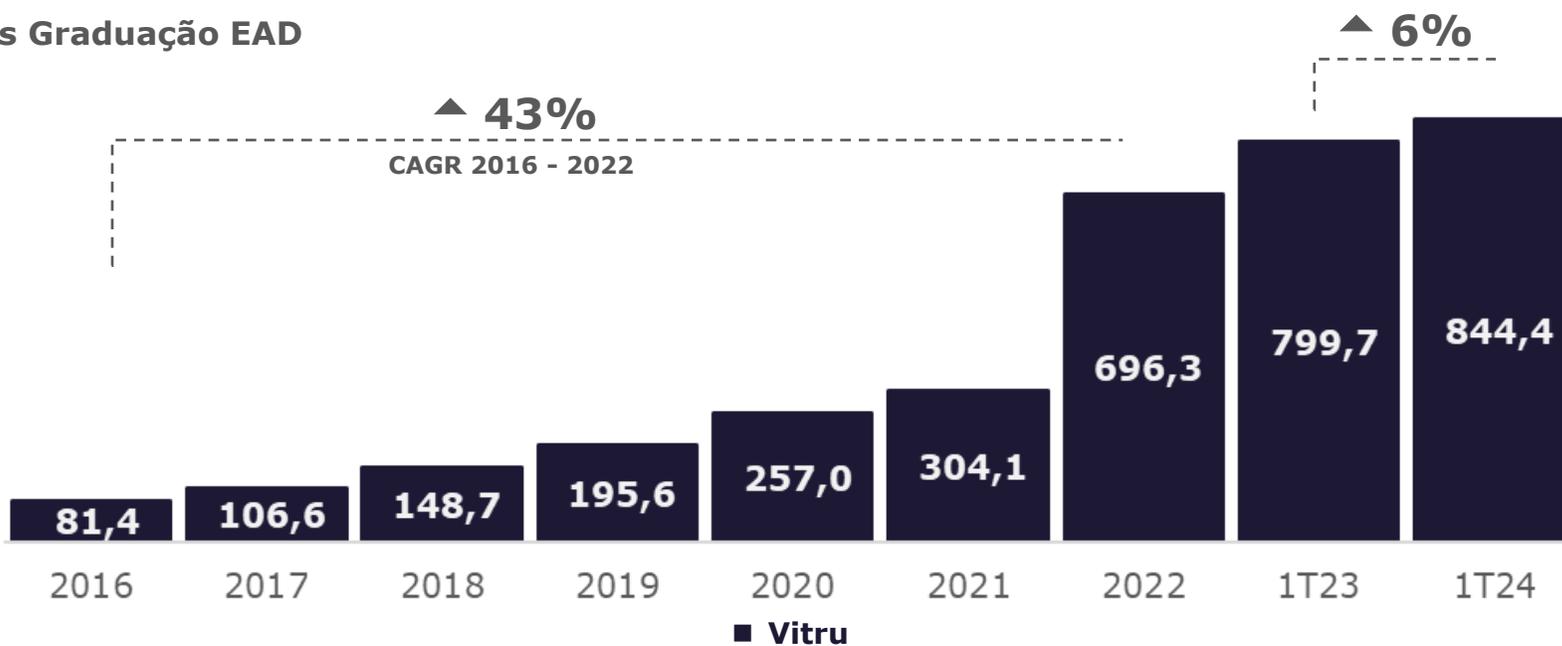
**Alunos
Grad. EAD**
844,4k
▲ 5,6% a.a.



Alunos EAD
916,6k
▲ 6,2% a.a.

**Base total de
alunos**
939,0k
▲ 6,0% a.a.

Alunos Graduação EAD
(‘000)



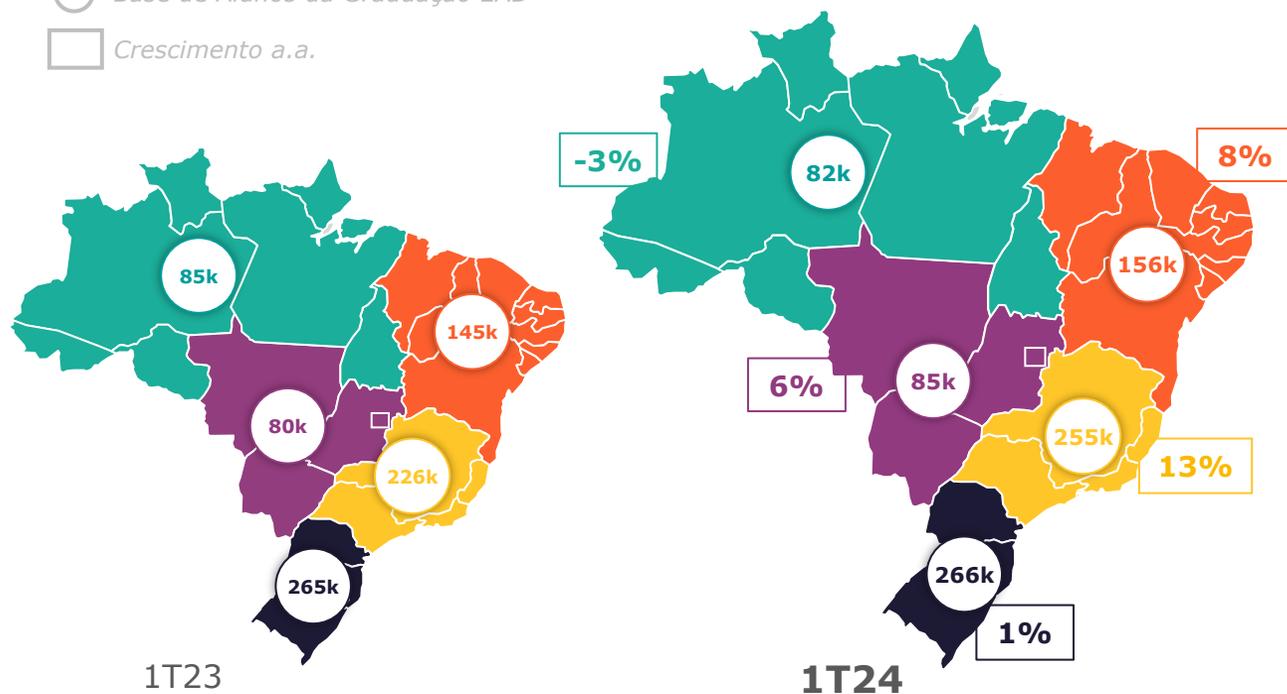
- * Uniasselvi adota critérios de ativação de alunos da Unicesumar a partir de 2024
- * Alunos “não-engajados” não são considerados na base de alunos e da Receita Líquida a partir do 1T24

* Um dos principais players nacionais

Sólida presença geográfica em todo o Brasil e expansão ao longo dos anos, principalmente na região Sudeste

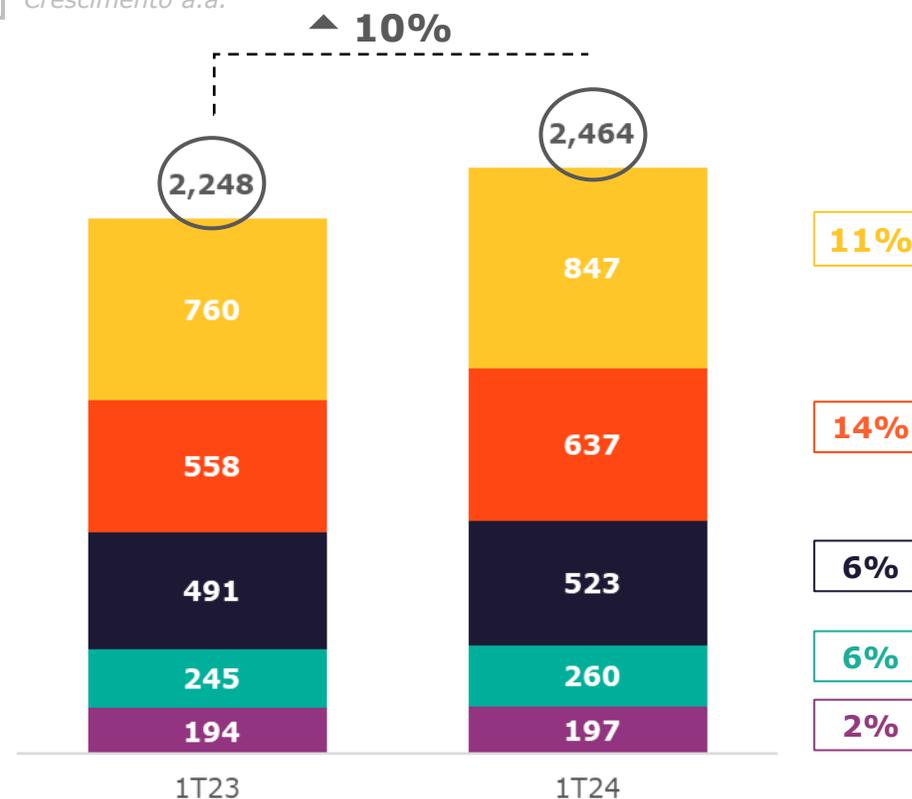
Alunos da Graduação EAD⁽¹⁾

○ Base de Alunos da Graduação EAD
□ Crescimento a.a.



Polos por Região⁽¹⁾

○ # polos
□ Crescimento a.a.



● Sudeste ● Nordeste ● Sul ● Norte ● Centro-Oeste

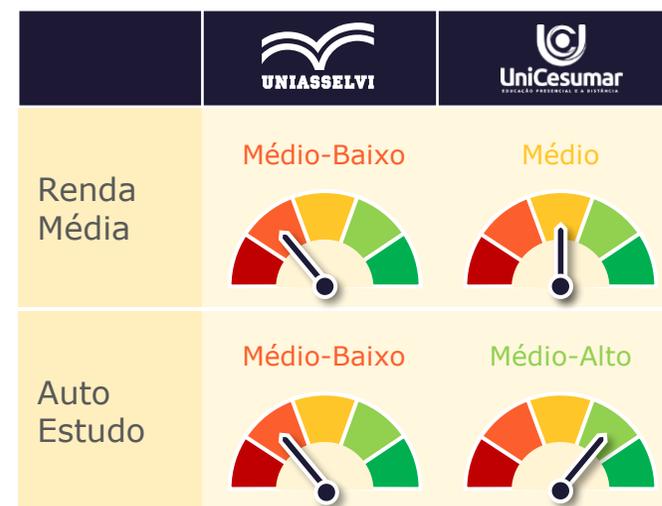
(1) Não inclui três polos internacionais da UniCesumar e seus respectivos alunos.

* Alta sinergia geográfica de polos em todo o Brasil

Abertura de novos polos está levando educação superior de qualidade a comunidades que anteriormente não tinham acesso a ela.

# polos 1T24	 UNIASSELVI	+	 UniCesumar ⁽¹⁾	
Sul	269		254	523
Sul – RS	121		71	192
Sul – SC	83		63	146
Sul – PR	65		120	185
Sudeste	339		508	847
Sudeste – SP	141		230	371
Sudeste – RJ	71		103	174
Sudeste – ES	22		16	38
Sudeste – MG	105		159	264
Centro-Oeste	98		99	197
Norte	149		111	260
Nordeste	328		309	637
Total	1.183		1.281	2.464

Diferentes perfis de alunos



Abertura rápida de novos polos

em locais onde atualmente apenas uma marca é oferecida

# cidades	1T23	1T24	Δ%
Com apenas uma marca	721	687	-4,7%
Com ambas as marcas	639	717	+12,2%
Total	1.360	1.404	+3,2%

(1) Não inclui três polos internacionais UniCesumar.

* Tecnologia superior e experiência positiva do cliente

Maiores notas e pontuações entre os players brasileiros listados no setor de Educação



Nossos Apps

Players Listados ⁽¹⁾	Nota ⁽²⁾
 	4,8
 	4,8
Player 1	4,7
Player 2	4,3
Player 3	4,2
Player 4	3,7
Player 5	3,0



Reclame Aqui⁽³⁾



Reputação
BOM

7,8



Reputação
BOM

7,8

Players Listados³



Reputação
BOM

7,0



Reputação
REGULAR

6,4



Reputação
RUIM

5,5



Reputação⁴
Não recomendada

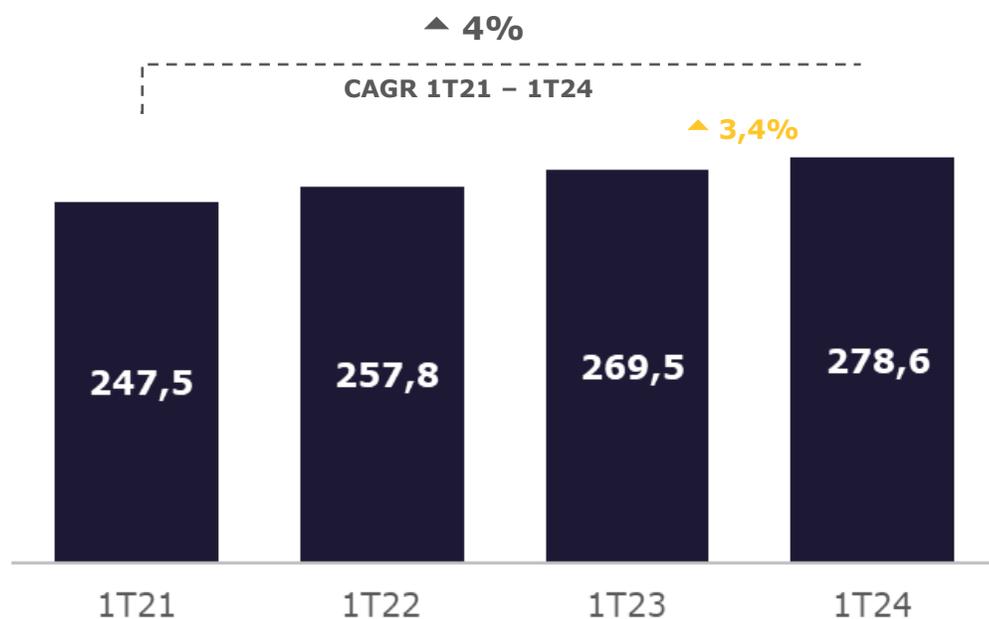


Reputação⁴
Não recomendada

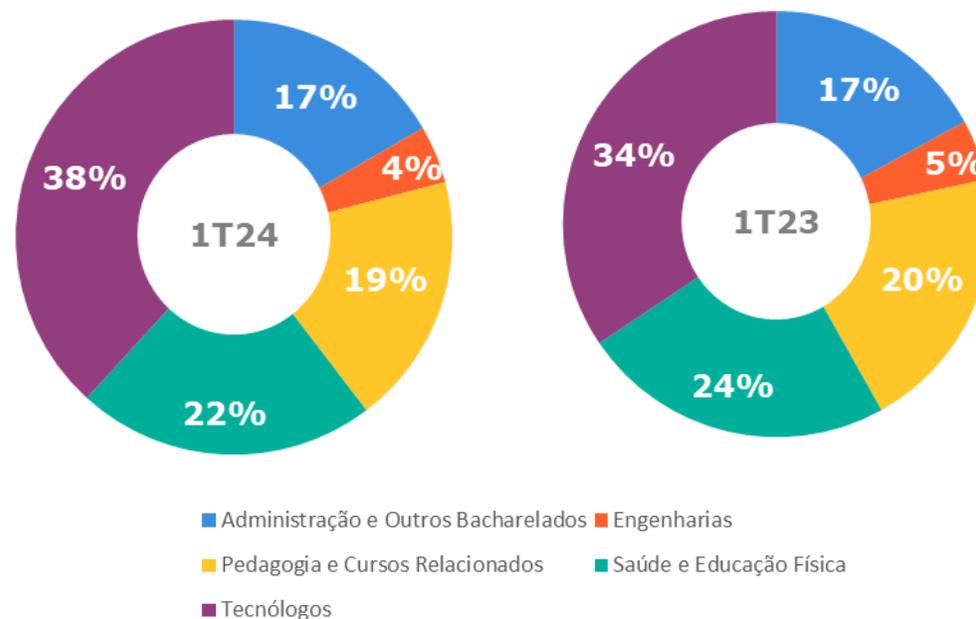
(1) Considera o aplicativo para fins acadêmicos com maior número de avaliações de cada player; (2) Taxa média ponderada entre as classificações da App Store e Play Store, variando de 0 a 5, em 2 de maio de 2024; (3) Pontuação referente às reclamações registradas nos últimos seis meses a partir de 2 de maio de 2024; (4) Empresa não possui nota atribuída devido a menos de 50% das reclamações registradas terem sido respondidas no período.

* Crescimento consistente do ticket médio da Graduação EAD, com aumento de cursos tecnológicos na captação

Ticket Médio | Graduação EAD



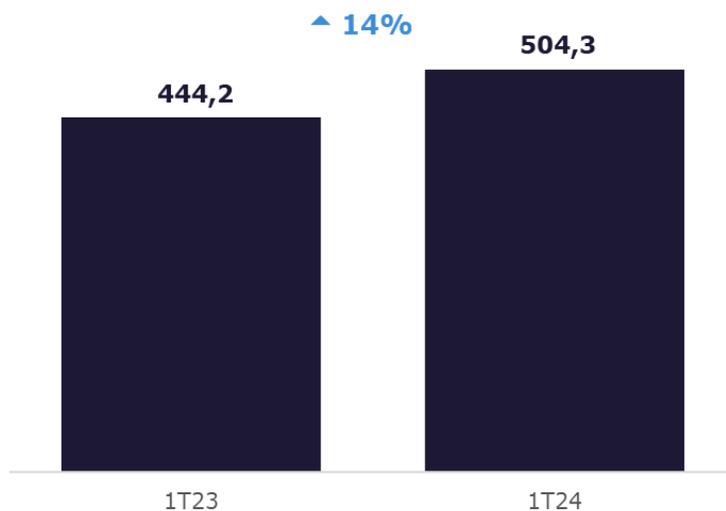
Composição da Captação | Graduação EAD



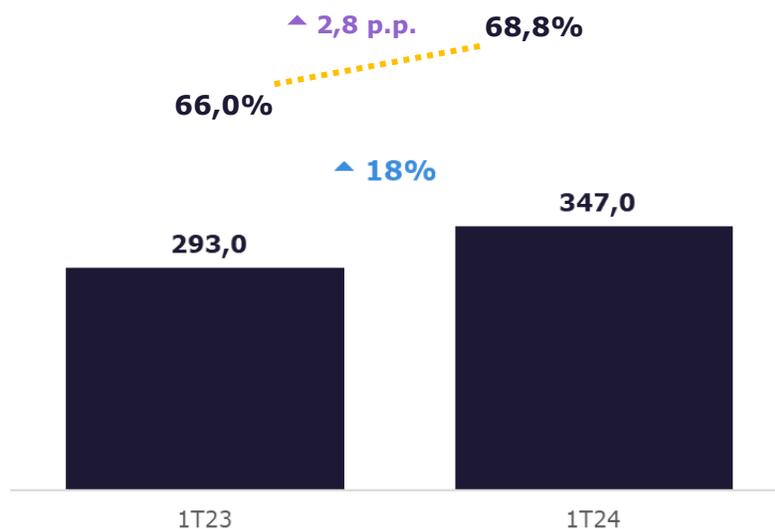
* Leve aumento da participação dos cursos **tecnólogos** (mais acessíveis) na captação do 1T24, em detrimento dos cursos **de saúde**, que tinham ganhado peso durante a pandemia

* Sólidos resultados consolidados reforçam nossa estratégia de negócios

Receita Líquida Consolidada (R\$MM)

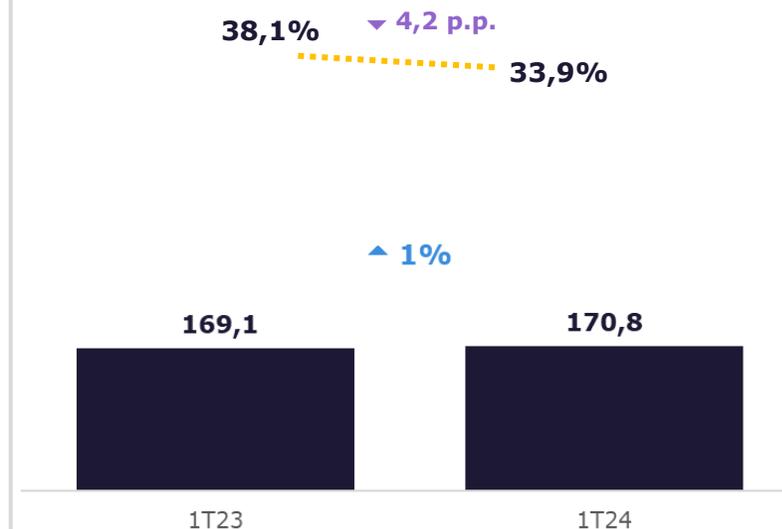


Lucro Bruto e Margem (R\$MM)



..... Margem Bruta

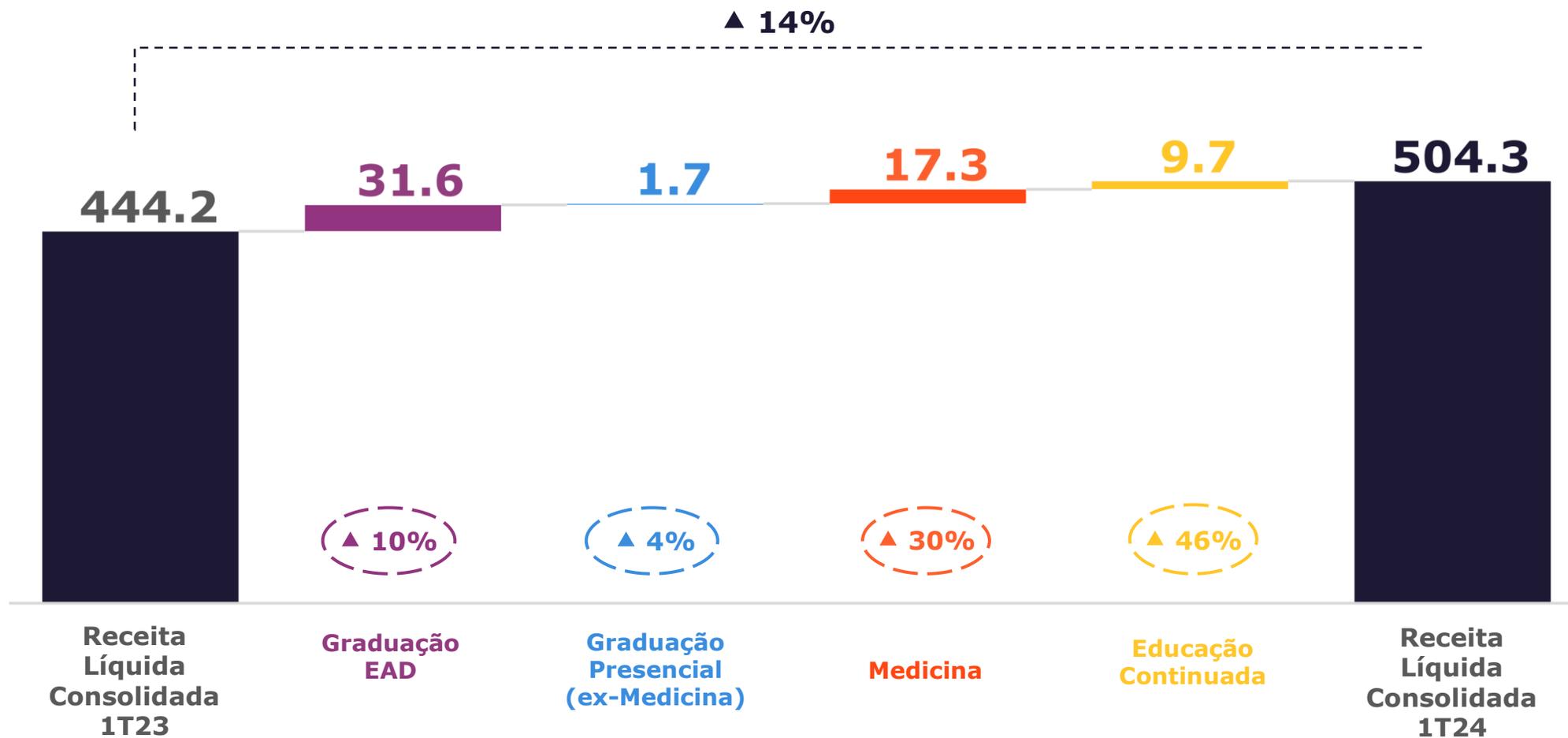
EBITDA Ajustado e Margem (R\$MM)



..... Margem EBITIDA Ajustado

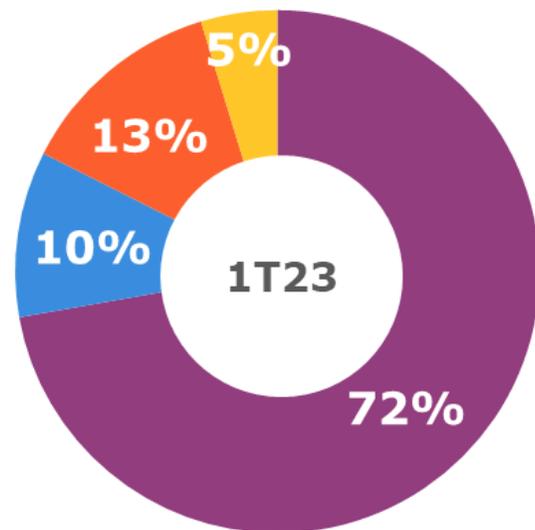
* Diversificação do negócio impulsionando a Receita Líquida

(R\$ MM, 1T24)



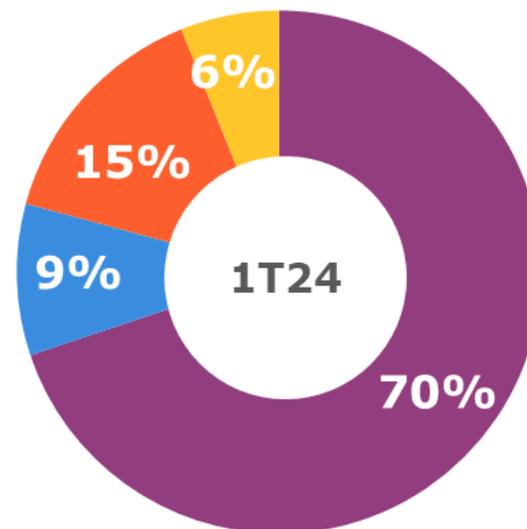
* Foco no EAD (Graduação e Ed. Continuada), além de um sólido negócio de Medicina

Composição da Receita Líquida



Graduação
EAD

Graduação
Presencial
(ex-Medicina)

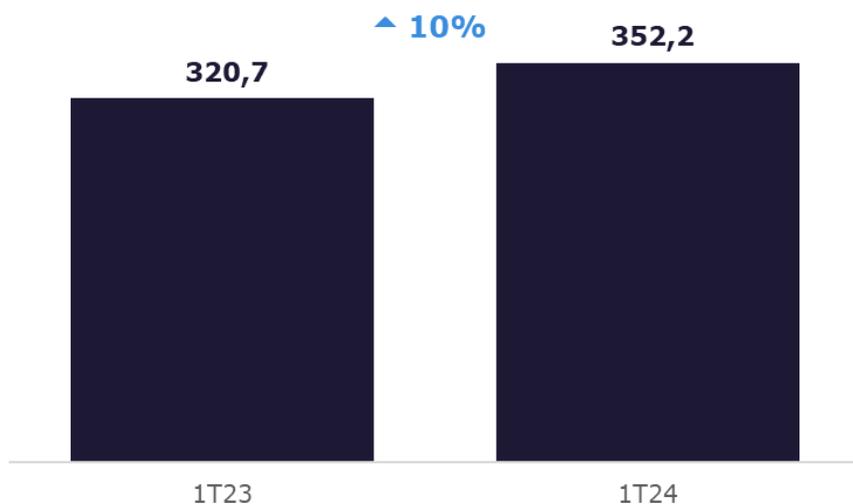


Medicina

Educação
Continuada

* Graduação EAD: crescimento é impulsionado por um posicionamento único e pela proposta de valor para os alunos

Graduação EAD Receita Líquida (R\$MM)



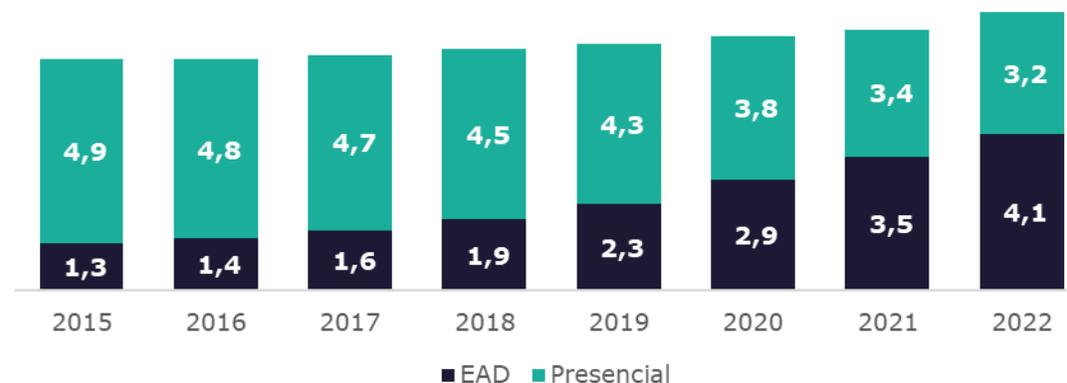
* **Resiliência e diferenciação** do nosso modelo acadêmico e maturação dos nossos polos operacionais

Nossa contínua trajetória de crescimento...

Combinação do crescimento de Market Share⁽¹⁾
(Market Share dos alunos da graduação EAD do ensino superior privado, em %)



Evolução das matrículas no ensino privado - ensino presencial e digital⁽¹⁾



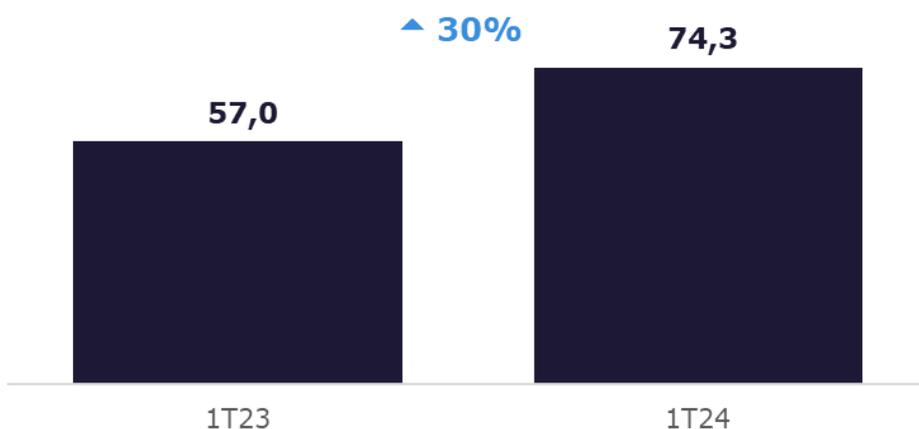
(1) Fonte: Censo INEP 2022.

* Medicina: curso premium em escala

Faculdade de Medicina de Maringá: a maior da Região Sul (298 vagas em um único campus) e localização privilegiada

- * Escola de medicina de **referência**
- * Ticket médio **superior a R\$12,000**
- * Vagas de medicina em **evolução**

Medicina
Receita Líquida
(R\$MM)



Curso de medicina com elevada demanda



2,0k
Estudantes de
Medicina⁽¹⁾



5º melhor curso de
medicina do **Brazil**
Entre instituições privadas⁽²⁾

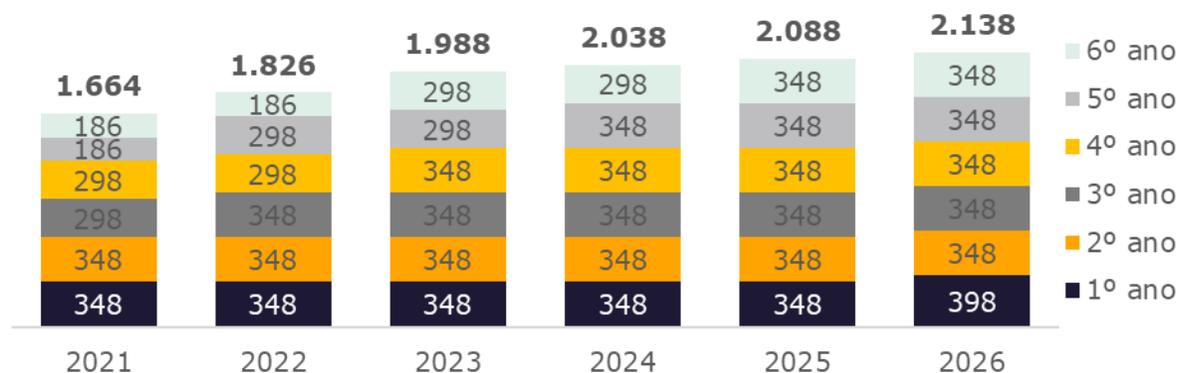


348
Vagas de medicina⁽¹⁾



Alta demanda de
candidatos por vaga

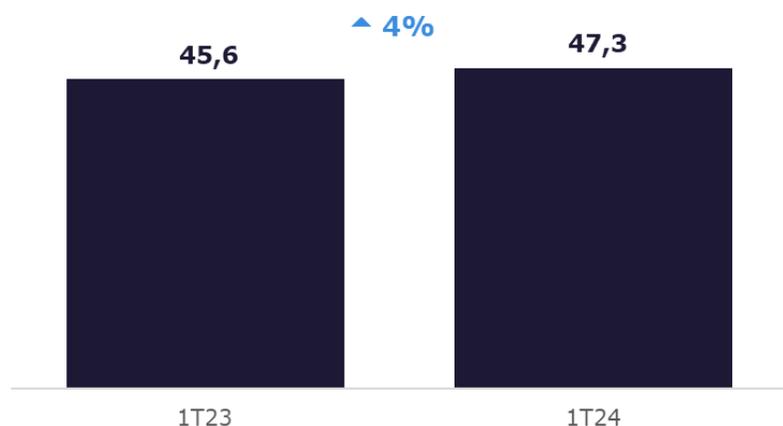
Evolução das vagas de medicina (estimativa)⁽¹⁾⁽³⁾



(1) Não considera as vagas do PROUNI e do FIES. (2) Considerando o Conceito Preliminar de Curso (CPC 2019). (3) Não considera 50 vagas potenciais adicionais em Corumbá.

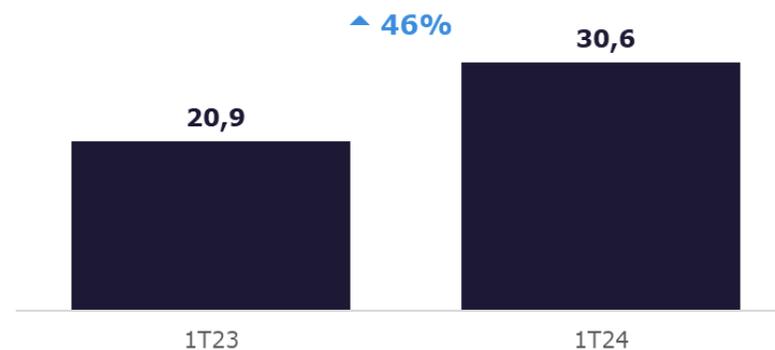
* Crescimento sólido também nos segmentos de graduação presencial e de educação continuada

Graduação Presencial (ex-Medicina)
Receita Líquida
(R\$MM)



* Receita Líquida dos cursos de Graduação Presencial (ex-Medicina) relativamente estável após a completa consolidação da Unicesumar aos números da Companhia

Educação Continuada
Receita Líquida
(R\$MM)



* **Forte expansão** do segmento, alinhada com a estratégia de **diversificação e complementariedade** ao longo da jornada dos nossos alunos, com **cursos digitais e híbridos de pós-graduação, técnicos e preparatórios**

* Aproveitando oportunidades: o panorama do segmento de Educação Continuada

~1,2 milhão de graduandos universitários todos os anos ¹

Potencial significativo para oferecer cursos de **Educação Continuada**, alavancado pelas **capacidades da Vitru** no segmento de Graduação EAD

~7,7 milhões de formandos do ensino médio por ano ¹

Com mais de 16 anos e prontos para ingressar no mercado de trabalho como **técnicos ou profissionais especializados**

Vagas autorizadas em cursos técnicos de nível federal

Grupos Educacionais	# Vagas	% Vagas
Vitru	156.142	42,8%
Player 1	101.986	28,0%
Player 2	46.052	12,6%
Player 3	31.670	8,7%
Outros	28.691	7,9%

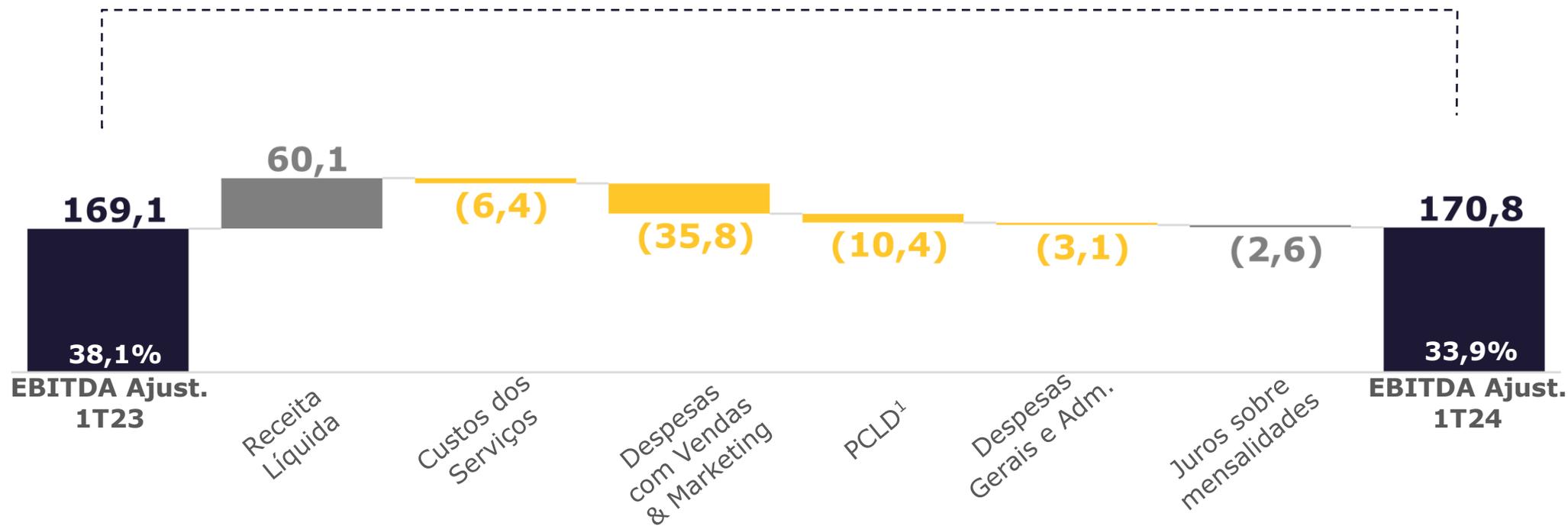
31
Cursos
Técnicos
(em Mar./24)

72,6k
Alunos na Pós
(7,7% do total de alunos da Vitru em Mar./24)

* EBITDA Ajustado refletindo crescimento da Companhia

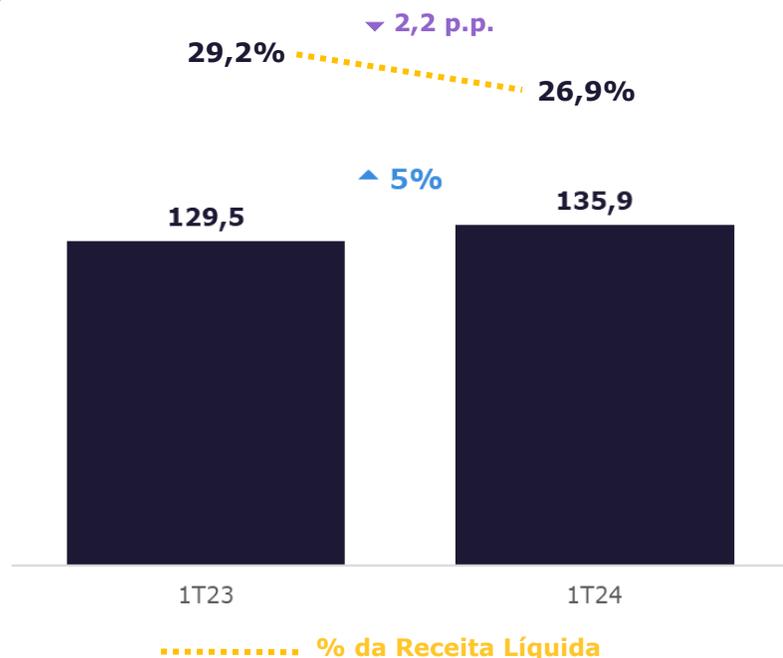
(R\$ MM, 1T24)

▲ 1% | ▼ 4,2 p.p. Margem



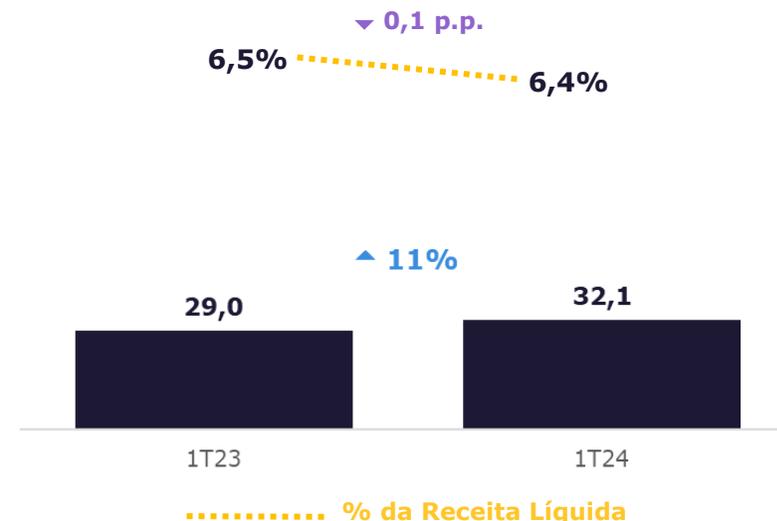
* Alavancagem operacional como fator-chave de desempenho

Custos do Serviços e % da Receita Líquida (R\$MM)



* Custos mais baixos como % da receita líquida devido as **sinergias** operacionais e à implementação das melhores práticas entre as duas marcas

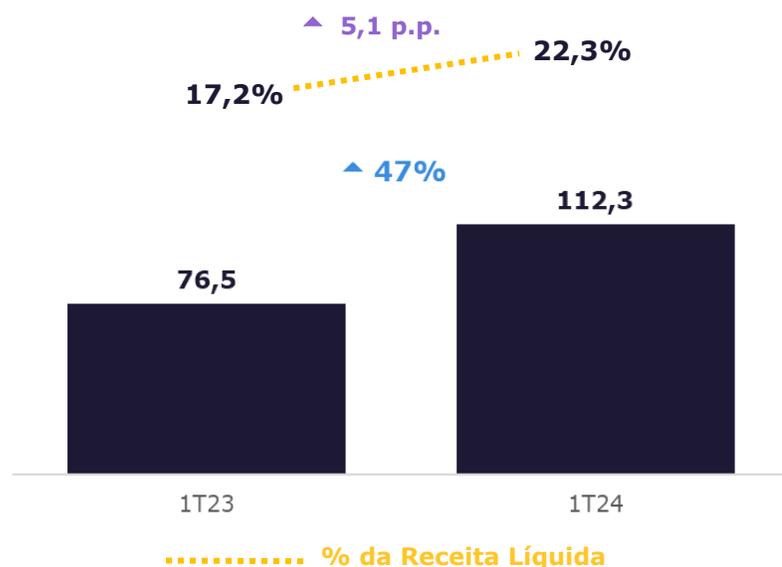
Despesas Gerais e Administrativas e % da Receita Líquida (R\$MM)



* Despesas gerais e administrativas relativamente baixas (como % da receita líquida), confirmando uma **estrutura enxuta**

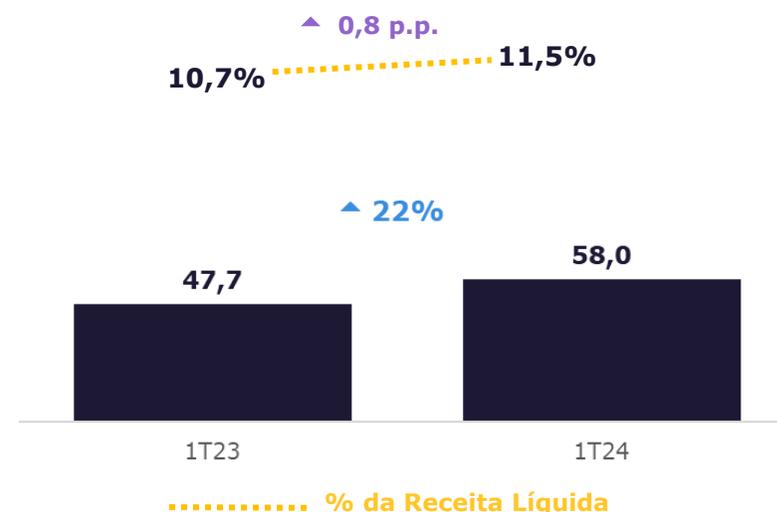
* Investimentos em Marketing refletindo a estratégia de expansão da base de alunos

Despesas com Vendas & Marketing e % da Receita Líquida (R\$MM)



* Aumento pontual no 1T24 (como % da Receita Líquida) impulsionado pela **antecipação estratégica** da captação nesse trimestre

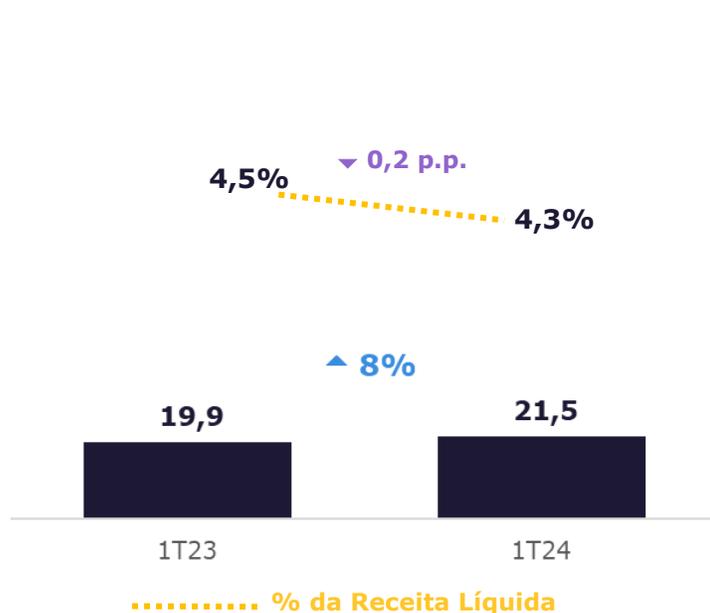
PCLD¹ e % da Receita Líquida (R\$MM)



* PCLD levemente mais alta no 1T24 (como % da receita líquida) refletindo a forte **captação de 2023**, mas com **tendência de queda** em função da harmonização de critérios de ativação de alunos

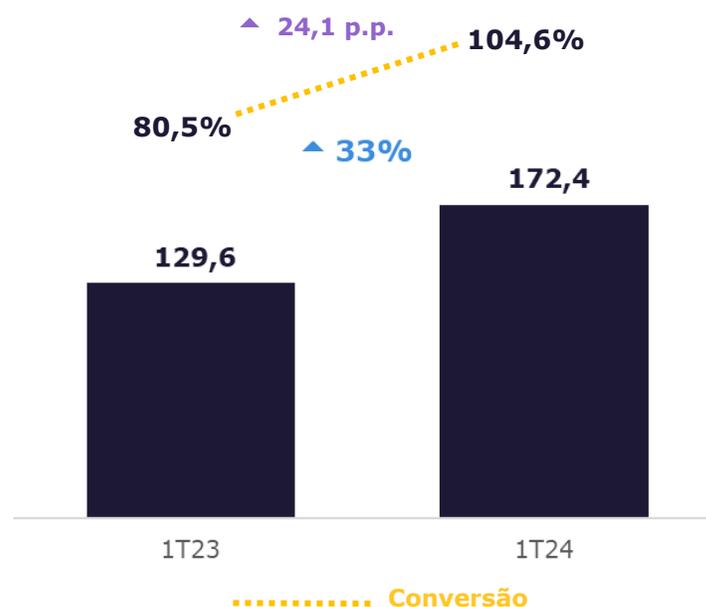
* Alta Conversão de Caixa devido à escala e modelo operacional *asset-light*

CapEx
(R\$MM)



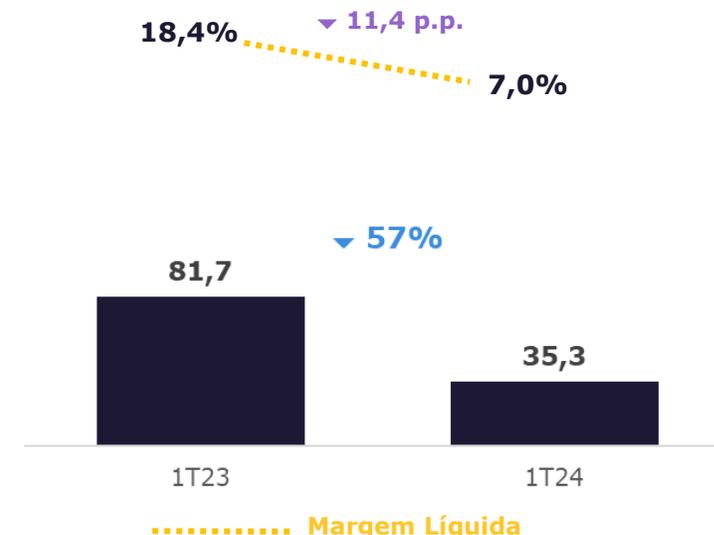
* Leve redução como % da Receita Líquida no 1T24, em função das **sinergias** planejadas na produção de conteúdo e **ganhos de escala**

Fluxo de Caixa Ajustado e Conversão
(R\$MM)



* Importante expansão no 1T24 em função de **melhorias no capital de giro**, com a troca de boas práticas entre as marcas e a implementação no 3T23 do novo sistema de **avaliação de crédito**

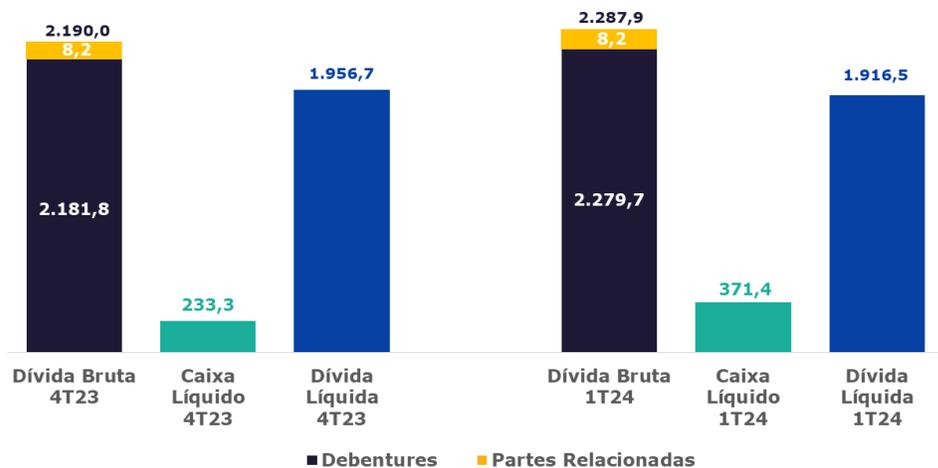
Lucro Líquido Ajustado e Margem
(R\$MM)



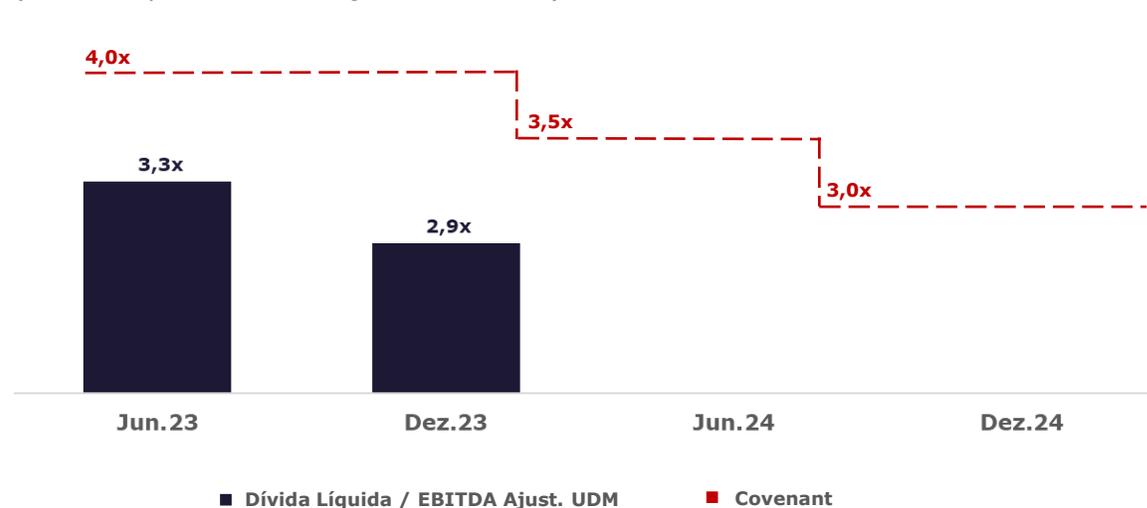
* Lucro Líquido do 1T24 com um menor impacto do IR diferido e despesas financeiras refletindo a atualização do custo efetivo das debentures

* Perfil de endividamento mais alongado e com melhor custo

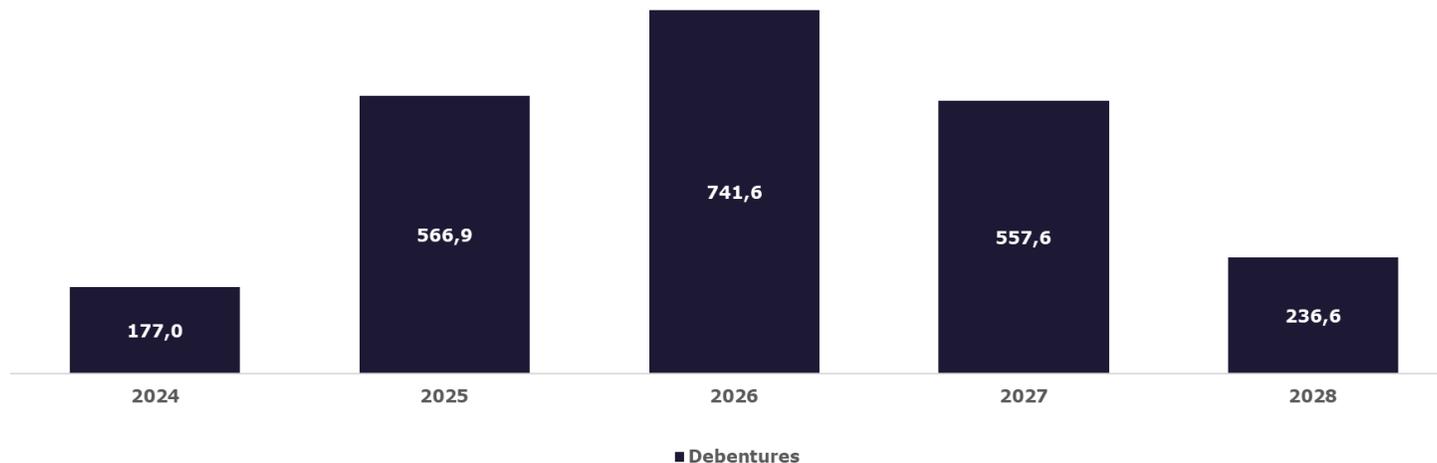
Dívida Líquida⁽¹⁾
(R\$ milhões)



Covenants Semestrais
(Dívida Líquida/EBITDA Ajustado UDM⁽²⁾)

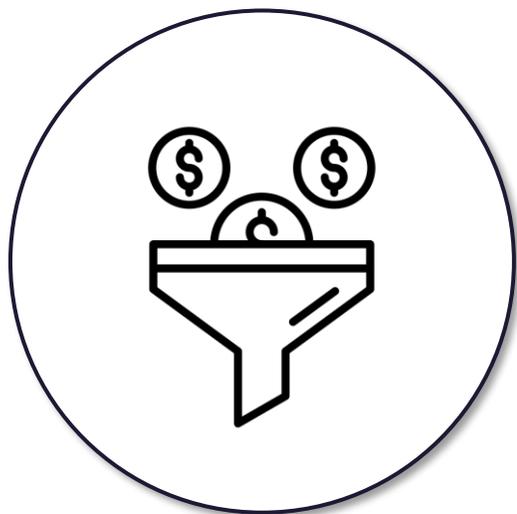


Calendário de amortização
(R\$ milhões)



(1) Não considera passivo de leasing; (2) EBITDA Ajustado Ex-IFRS-16.

* Guidance 2024⁽¹⁾



* Receita Líquida

* entre **R\$ 2,15 e 2,25 bilhões**

* crescimento entre ~10% e ~15% vs. 2023

* Margem EBITDA Ajust.

* entre **36,5% e 37,5%**

* Comparada à 36,6% em 2023

(1) Já considerando o novo critério de ativação de alunos na Uniasselvi e o respectivo impacto na DRE

* Principais conclusões

Líder na Graduação EAD no Brasil, oferecendo soluções educacionais de qualidade e reconhecidas por seus *stakeholders*:



Entrega das expectativas de crescimento



Expansão contínua da base de alunos EAD



Melhorias nas margens sustentadas por alavancas operacionais



Maturação e expansão dos polos na região Sudeste

Posicionamento excepcional para capturar o crescimento futuro



Q&A

Para fazer uma pergunta, clique no ícone "Q&A" na parte inferior da tela para entrar na fila de espera. Se for anunciado, aparecerá na tela um pedido para ativar o seu microfone; em seguida, deverá ativar o áudio para fazer a sua pergunta.

Apêndice



* Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado

<i>R\$ milhões</i>	1T24	1T23
Lucro líquido do período	8,1	56,8
(+) M&A, despesas de pré-oferta e despesas de reestruturação	6,0	8,1
(+) Plano de remuneração baseado em ações	3,7	0,1
(+) Amortização de ativos intangíveis provenientes de combinações de negócios	31,5	31,2
(+) Juros acumulados sobre contas a pagar por aquisição de controladas	-	(1,2)
(-) Efeitos fiscais correspondentes sobre ajustes	(14,0)	(13,4)
Lucro Líquido Ajustado	35,3	81,7

* Reconciliação do EBITDA Ajustado

<i>R\$ milhões</i>	1T24	1T23
Lucro líquido do período	8,1	56,8
(+) Imposto de renda diferido	(2,0)	(29,6)
(+) Resultado financeiro	97,1	74,5
(+) Depreciação e amortização	53,5	52,3
(+) Juros sobre mensalidades atrasadas	4,7	7,2
(+) Plano de remuneração baseado em ações	3,7	0,1
(+) Outras receitas (despesas), líquidas	(0,3)	(0,3)
(+) M&A, despesas de pré-oferta e despesas de reestruturação	6,0	8,1
EBITDA Ajustado	170,8	169,1

* Reconciliação da Conversão do Fluxo de Caixa Operacional Ajustado

<i>R\$ milhões</i>	1T24	1T23
Fluxo de Caixa Operacional	178,0	132,7
(+) Imposto de renda pago	(5,6)	(3,1)
Fluxo de caixa operacional ajustado	172,4	129,6
EBITDA Ajustado	170,8	169,1
(+) M&A, despesas de pré-oferta e despesas de reestruturação	(6,0)	(8,1)
EBITDA ajustado excluindo M&A, despesas de pré-oferta e despesas de reestruturação	164,8	161,0
Conversão do fluxo de caixa operacional ajustado	104,6%	80,5%

* Crescimento rápido na Região Sudeste

Expansão substancial da base de alunos e do número de polos no principal mercado do Brasil

CRESCIMENTO
ORGÂNICO
SUSTENTÁVEL

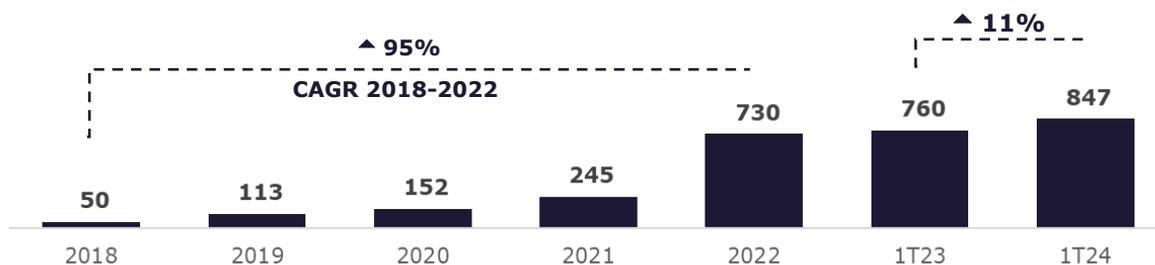


Grande expansão no Sudeste, a região brasileira com **53% do PIB brasileiro**

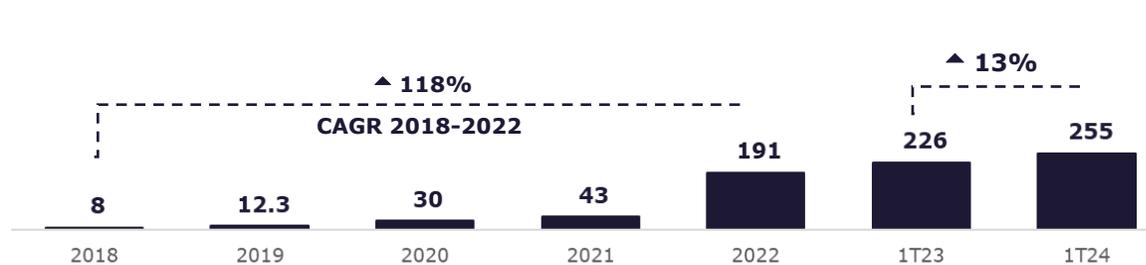
Região Sudeste

- 93%** são zonas urbanas
- 46%** do total de matrículas no ensino superior
- 42%** do total da população brasileira está localizada

Polos no Sudeste



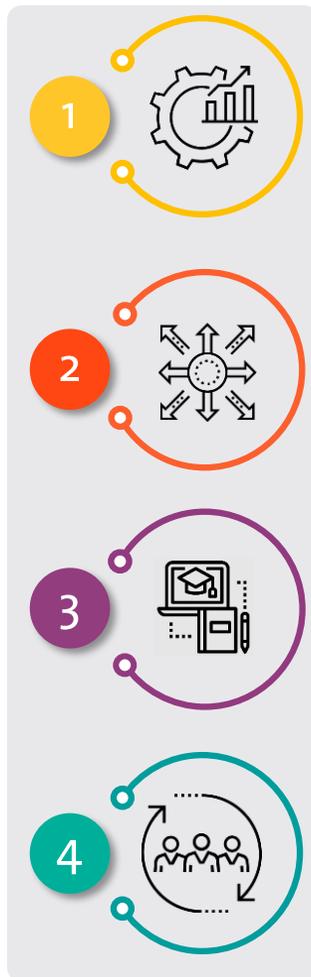
Base de alunos no Sudeste



■ Vitru

* Acompanhamento do Plano IPO 2020

TEMAS-CHAVE DA OFERTA PÚBLICA INICIAL



Aumento do número de plataformas atuais

Importante potencial de crescimento esperado na maturidade

Abertura de novos Polos

Grandes regiões inexploradas para aumentar a base EAD, principalmente em SP e RJ

Oferta de cursos

Novos cursos a serem potencialmente oferecidos através da EAD, nomeadamente Enfermagem, Direito e Psicologia

Implementação da estratégia inorgânica

Consolidação, investimento em novas tecnologias, soluções complementares

2T20

1T24

86.2% dos polos ainda em crescimento
53.9% Estudantes ED nos polos de expansão

93,2% dos polos ainda em crescimento
77,9% Estudantes EAD nos polos de expansão

287.8k total de estudantes

939,0k total de estudantes

608 polos

2,464 polos⁽¹⁾

122 polos no sudeste

847 polos no sudeste

Novos cursos de graduação premium (híbridos) de Educação Digital em análise pelo MEC: **Direito**(2) (conceito 5 para as duas marcas) e **Psicologia**(2) (conceito 4 para a Uniasselvi e 5 para a UniCesumar), e **mais 50 vagas de Medicina solicitadas**

Oferta do curso premium de **Enfermagem** (híbrido) Educação Digital desde agosto de 2021, lançamento de **cursos flex** no 1T21 e decisão de expandir a oferta de **cursos técnicos** em todo o Brasil no 2S21

Fusões e aquisições da **UniCesumar** como parte da **estratégia de consolidação**, criando a...

...**empresa que mais cresce** no Ensino Superior no Brasil...

...**1º maior player** em termos de alunos matriculados no ensino superior⁽³⁾...

... e **o segundo maior player** em termos de alunos inscritos⁽³⁾...

(1) Não inclui polos internacionais da UniCesumar; (2) Os cursos não estão sendo oferecidos atualmente e estão sujeitos à aprovação regulatória; (3) De acordo com o Censo da Educação Superior de 2022 (INEP).



<https://investors.vitru.com.br/>

ir@vitru.com.br