

INVESTIDOR
PROFISSIONAL

Relatório de Gestão

IP.com FMIEE

segundo trimestre / 2004

Fundos de Investimento não contam com a garantia do administrador do Fundo, da gestora, de qualquer mecanismo de seguro ou, ainda, do Fundo Garantidor de Créditos - FGC. A rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa do regulamento do Fundo de investimento ao aplicar seus recursos.

Este material tem o único propósito de divulgar informações e dar transparência à gestão executada pela Investidor Profissional, não deve ser considerado como oferta de fundo de investimentos e não constitui os documentos previstos na Circular 2958 do Banco Central ou na Instrução CVM 302, nem o prospecto previsto no Código de Auto-Regulação da ANBID. Apesar de todo o cuidado, tanto na coleta quanto no manuseio das informações apresentadas, a Investidor Profissional não se responsabiliza pela publicação acidental de informações incorretas, nem tampouco por operações ou decisões de investimentos tomadas com base neste material. Todas as opiniões e estimativas são elaboradas dentro do contexto e conjuntura no momento em que o material é editado. Nenhuma informação ou opinião deve ser interpretada ou tem intenção de ser uma oferta de compra ou de venda das ações ou ativos mencionados. A Investidor Profissional não comercializa nem distribui quotas de fundos de investimento ou qualquer outro ativo financeiro. As informações contidas neste material são de caráter exclusivamente informativo.

Visando minimizar riscos de lavagem de dinheiro e, atendendo a legislação vigente, quando do ingresso no fundo, cada quotista será solicitado a nos fornecer cópias de seus documentos de identificação entre outros documentos cadastrais.

INTRODUÇÃO

O objetivo primordial do Relatório do Segundo Trimestre de 2004 do IP.com é atualizar os quotistas a respeito da evolução do processo de alienação dos ativos do Fundo. Considerando a natureza delicada e estritamente confidencial que caracteriza qualquer processo de venda, procuramos ser breves e claros dentro dos limites impostos pelas circunstâncias.

Ressaltamos, ainda, que ao longo do Relatório anterior exploramos o tema mais relevante para o momento do Fundo: as fontes de valor de cada uma das empresas. Tendo em vista que fomos bastante exaustivos na avaliação de cada uma das empresas investidas, e com o intuito de não sermos repetitivos, limitamo-nos a ressaltar nesta edição do Relatório os principais acontecimentos que marcaram sua performance ao longo do segundo trimestre.

PROCESSO DE VENDA

No Relatório do Primeiro Trimestre, comunicamos a contratação da empresa Singular Assessoria Financeira Ltda, consultoria especializada em fusões e aquisições, com o objetivo de assessorar os gestores do Fundo e administradores da Invent no eventual processo de alienação das empresas.

Esse processo é composto por quatro fases: preparação para venda, avaliação, estruturação da transação e fechamento. As duas primeiras etapas foram concluídas ainda no segundo trimestre.

Tão logo foi contratada, a Singular iniciou a modelagem operacional e financeira das empresas, considerando o cenário atual e as perspectivas de crescimento dos negócios.

Com base nessa avaliação inicial e análises setoriais realizadas em conjunto com os administradores da Invent, foram identificados os potenciais compradores e preparados os Memorandos de Informações (Info Memos) de cada uma das empresas.

O Info Memo é um documento que tem como finalidade apresentar aos potenciais compradores, de forma breve, mas consistente, as operações, fontes de receita, segmentos de atuação, posicionamento estratégico, perspectivas futuras, assim como as respectivas situações comerciais, patrimoniais e financeiras dos ativos.

Os Info Memos foram enviados exclusivamente aos potenciais compradores que se dispuseram a assinar um Acordo de Confidencialidade pelo qual se obrigam a não divulgar os dados revelados a partir daquele momento.

Até o presente momento concluímos a abordagem dos potenciais compradores, fornecemos os Info Memos àqueles que se interessaram pelos negócios e estamos esclarecendo suas dúvidas. Paralelamente, orientamos os interessados a respeito da forma pela qual deverão apresentar suas propostas, de modo que possamos assegurar que todas as ofertas recebidas sejam comparáveis.

Manifestaram interesse inicial pelos ativos empresas do Brasil, Europa e Estados Unidos. Todas receberam os Info Memos mediante a assinatura do Acordo de Confidencialidade.

Enquanto rumamos para a fase de estruturação da transação, que seguirá um processo semelhante a um "leilão controlado", de forma a promover um ambiente competitivo de *bidding*, estamos concluindo o processo de *due diligence* interno, amplamente facilitado pelo elevado grau de organização das informações financeiras e controles gerenciais realizados pela Invent.

Um trabalho bem orquestrado e detalhado de *due diligence* interno é fundamental para embasar e corroborar as informações fornecidas ao longo do processo, além de simplificar e agilizar o fechamento da transação, evitando surpresas.

Se somarmos à agilidade da *due diligence* o fato de que as empresas possuem estruturas societárias simples, os ativos são líquidos, livres de dívidas, e os passivos contingentes insignificantes, podemos concentrar toda a nossa atenção na estruturação da transação, garantindo o engajamento dos compradores potenciais e o momentum das negociações. E é exatamente nessa fase que a participação da Singular será decisiva, visando à maximização do valor da transação.

Em paralelo ao processo de venda, cabe ressaltar que a operação das empresas ao longo do último trimestre vem sendo mantida nos trilhos. A seguir, destacamos os principais fatos que marcaram o segundo trimestre de 2004.

DESTAQUES DAS EMPRESAS NO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2004

INVENT - CRESCIMENTO DE AUDIÊNCIA DAS PROPRIEDADES

A audiência dos sites da Invent cresceu 46% com relação a junho de 2003 e 24% em comparação com janeiro deste ano, explorando fortemente as sinergias entre as suas propriedades. Nos últimos 12 meses, Via Global, Central de Desejos e O Carteiro mais que dobraram o seu número de visitantes únicos por mês. Comunique-se e Elefante cresceram, respectivamente, 14% e 12% no mesmo período.

Tendo em vista o valor percebido de nossa audiência para os eventuais compradores, continuamos focados em aumentar o tráfego de nossas propriedades.

VIA GLOBAL - RECONHECIMENTO E BRAND EQUITY

O Via Global conquistou um Leão de Ouro na edição 2004 do Cannes Lions com a campanha de marketing direto "Achados e Perdidos", desenvolvida pela agência Salem para promover a venda da versão corporativa do Guia de Restaurantes Via Global. Foi o único Leão de Ouro ganho pelo Brasil em Cannes na categoria marketing direto.

Uma campanha vencedora em Cannes não contribui isoladamente para o aumento do valor da empresa nem gera uma mudança estrutural da estatura de nossa marca ou mesmo do patamar de receita. Mas é um indicador muito positivo da qualidade do processo de trabalho e da aplicação da equipe do Via Global.

O destaque na mídia especializada repercutiu positivamente junto a anunciantes e, principalmente, agências de propaganda: o prêmio ajudou a ratificar a imagem premium do Via Global junto ao segmento corporativo, coroando um trabalho de posicionamento que vem sendo realizado há quatro anos. O Via Global é a única marca de guia de entretenimento construída via Internet.

Apesar da ação de marketing direto "Achados e Perdidos" ter sido realizada ao longo do segundo semestre de 2003 e início de 2004, tem gerado algumas vendas residuais até hoje: em junho, houve venda de guias customizados para o Unibanco Seguros, além de pedidos de orçamento para o Natal de 2004.

VIA GLOBAL - COMUNIDADE GARANTE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO A CUSTO BAIXO

A comunidade de usuários do Via Global nos surpreendeu positivamente mais uma vez com uma verdadeira demonstração de força. A campanha de captação de comentários para os Guias 2005 encontra-se em fase final, e está sendo viabilizada através da própria audiência do Via Global, sem a necessidade de veiculação em outros sites ou meios de comunicação. Embora as demais propriedades da Invent tenham apoiado o processo, acelerando a captação das avaliações

dos estabelecimentos, o Via Global provou ser capaz de gerar o conteúdo endogenamente sem incorrer em custos marginais de veiculação. Resultado: comprova-se que o negócio tende a acenar com margens mais altas conforme vai ganhando escala.

EDIÇÃO 2005 DO PRÊMIO COMUNIQUE-SE DE JORNALISMO: EXPRESSIVA VENDA DE QUOTAS

A segunda edição do Prêmio Comunique-se de Jornalismo, a ser realizada em setembro de 2004, no Credicard Hall, já garantiu a venda antecipada de quotas de patrocínio para Oracle, Intel, Ambev, Credicard e Yahoo, e conta com o apoio das rádios CBN e Globo, dos cinemas Luiz Severiano Ribeiro, das linhas aéreas Gol e do tradicional Buffet França. Conforme o previsto, o Prêmio deixa de ser apenas um evento de construção e reforço de *brand equity* e caminha para tornar-se um importante centro de lucro para a empresa.

CENTRAL DE DESEJOS: ADESÃO DE FABRICANTES COMO CLIENTES

Ao longo do segundo trimestre de 2004, a Central de Desejos firmou parceria comercial com Brastemp e Philips, ratificando a tendência de os fabricantes, e não apenas os lojistas, se servirem do poder dos shoppings virtuais para influenciar o processo de decisão de compra *online* e *offline*. No contexto de compra *online*, a Central de Desejos efetua a venda de espaços de merchandising para que os fabricantes tenham a oportunidade de impactar os *prospects* em pleno processo de decisão de compra, aumentando a taxa de conversão com ofertas e descontos e, principalmente, o *market-share* das marcas anunciadas. Trata-se de um jogo de soma-zero (dado que o consumidor está disposto a comprar, se não adquirir um produto da marca A compra das marcas B, C etc.), típico no comércio tradicional, mas ainda incipiente no universo *online*.

O CARTEIRO

Três grandes anunciantes se beneficiaram do forte crescimento de audiência do Carteiro no mês do Dia dos Namorados: Embratel, Credicard e Philips. O mês de junho é especialmente positivo para o tráfego de sites de cartões virtuais, mas, com uma forte campanha promocional premiando os usuários com produtos Philips, O Carteiro cresceu 102% com relação ao mesmo período de 2003.

ELEFANTE

Seguindo a estratégia de reforçar sua liderança como agenda *online* e *player* de "pull" e-mail marketing enviando lembretes requisitados pelos seus usuários, o Elefante atingiu neste trimestre três marcas importantes: 7 milhões de lembretes de aniversários, 300.000 lembretes de pagamentos e 250.000 lembretes de compromissos cadastrados.

PERSPECTIVAS

Assessorados pela Singular, concluímos no *timing* previsto as primeiras duas etapas do processo de eventual alienação dos ativos do Fundo.

Até o momento, a receptividade das empresas e ativos do Fundo junto ao mercado foi positiva, traduzindo-se em um número expressivo de compradores potenciais interessados que assinaram o Acordo de Confidencialidade e receberam os Info Memos.

Estamos iniciando a fase de estruturação da transação, em que o nosso foco é maximização de valor e liquidez. Só teremos uma visão mais concreta do resultado do processo no decorrer do terceiro trimestre, com a formalização das propostas e o desenrolar efetivo das negociações.

EVOLUÇÃO DAS QUOTAS

O caixa consolidado em 30/06 registrava R\$ 10.437.078, equivalente a R\$ 2.087/quota. Em 28/06, a quota do IP.com fechou negociada ao preço de R\$ 2.100.

BALANCETE

IP.com - Balancete Geral Resumido em 30 jun 2004

Ativo	69.792.158,12	Passivo	69.792.158,12
InVent	67.293.135,37	Contas a Pagar	343.779,45
LFT	1.104.522,05	Patrimônio Líquido	69.448.378,67
Caixa	170.015,67		
Quotas de Fundos de Investimento	1.224.485,03		



Sócios:

Roberto Vinhães

Christiano Fonseca Filho

Pedro Chermont

João Emílio Ribeiro Neto

Isabella Saboya

Bruno Levacov

Elsen Carvalho

Av. Ataulfo de Paiva, 255 / 9º andar - Leblon
22440-032 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil
Tel. (55 21) 2104 0506 - Fax (55 21) 2104 0561
faleconosco@investidorprofissional.com.br
www.investidorprofissional.com.br