

INVESTIDOR  
PROFISSIONAL

# Relatório de Gestão

IP.com

segundo trimestre / 2003

É importante lembrar que o desafio deste Relatório está em fornecer a informação que gostaríamos de receber se fôssemos apenas investidores, mas sem comprometer o desempenho dos negócios das companhias investidas. Em se tratando de empresas novas, em fase de conquista de mercados, a tarefa é delicada. Já fomos criticados tanto por fornecer muitas informações quanto pelo oposto. Vamos procurar o balanço ideal.

Assim como o trimestre anterior, o segundo trimestre de 2003 foi bastante difícil, com juros na estratosfera e retração na maioria dos setores da economia. A continuidade do cenário adverso é agravada pelo fato de lidarmos com empresas novas, que se propõem a quebrar paradigmas.

Não tem sido fácil, mas as etapas naturais da evolução de investimentos em venture capital vêm sendo cumpridas. Fez-se a separação dos projetos que parecem ter mais chances dos que não demonstram maiores possibilidades. Há menos o que pensar e inovar, e muito o que otimizar e executar.

O empenho está em consolidar os produtos que já conquistaram certo espaço, dosando os investimentos para compatibilizá-los com os recursos do Fundo. Persegue-se a máxima "ocupação de espaços", de forma a aproveitar momento mais favorável da economia.

Neste sentido, a única notícia inequivocamente positiva é a de que continuamos com caixa suficiente para financiar as empresas mais promissoras, com capacidade para tornar-se auto-financeáveis. É a grande vantagem competitiva de um cenário em que a maioria teme pela sobrevivência de potenciais fornecedores, clientes e parceiros.

O caixa do Fundo em 30/06 registrava R\$ 12.523.242,72, equivalente a R\$ 2.504,65/quota.

Ao longo do trimestre, foram negociadas 67 quotas a um preço médio de R\$ 2474,09/quota.

---

## VIA GLOBAL

Ao longo do trimestre, parte da equipe sênior da InVent incorporou-se à Via Global. A decisão se deveu à constatação de que esta era uma empresa com grande mercado endereçável, excelentes produtos e déficit de pessoal em relação aos desafios e oportunidades.

A meta é montar a rede de comunicação da indústria de entretenimento, não obstante a crise por que passa o setor em função da queda de poder aquisitivo e falta de segurança nas grandes cidades. As crises sempre passam e os que forem capazes de sobreviver se verão fortalecidos.

A estratégia tem-se mantido.

Os elementos de viralidade e qualificação dos usuários permanecem refinados, visando audiência mais relevante e qualificada. Ela é o combustível fundamental da empresa, porque permite a geração de conteúdo cada vez melhor e maior representatividade no setor.

A melhora do conteúdo se reflete em crescimento gradativo das receitas de mídia e interesse de outros veículos no licenciamento. Embora os montantes financeiros ainda sejam pequenos, as possibilidades de crescimento são reais.

No que toca à venda de guias impressos, o ano está abaixo das expectativas. Principalmente pela ausência até o momento de um grande contrato de guias corporate (grandes quantidades adquiridas por empresas para distribuição promocional junto a seus clientes), ao contrário do que ocorreu em 2002. A campanha para o lançamento das edições 2004 está bem avançada e as expectativas concentram-se na comercialização. Na área de vendas de varejo, a empresa continua testando canais e estratégias que devem produzir melhores resultados para a próxima edição.

Em paralelo às frentes diretamente ligadas ao consumidor final, o Via Global estabeleceu mais um canal entre fornecedores e prestadores de serviço do setor, adicionando ao ViaNet (serviço online) a revista Trade by Via Global, de circulação dirigida.

Por fim, a estratégia de crescimento prioritário no mercado paulista vem sendo seguida à risca, implicando tráfego no Via Sampa bem maior do que nos demais sites da empresa.

Resumindo, a oportunidade é concreta. A empresa conta com produtos de qualidade, objetos de contínuo desenvolvimento, principalmente no que se refere a "empacotamento" e distribuição.

## COMUNIQUE-SE

Assim como o Via, o Comunique-se conquistou liderança inquestionável em seu segmento. Os principais jornalistas do país conhecem e acessam o site, assim como as principais assessorias de imprensa.

Em abril estrearam as colunas de Milton Coelho da Graça e Ana Maria Bahiana, com assuntos quentes do mercado e jornalismo cultural, respectivamente. Foram mais dois nomes de peso que a administração agregou, resultado da qualidade e da representatividade do veículo.

Em 27 de maio, foi oficialmente lançado em São Paulo o Prêmio Comunique-se de Jornalismo em evento. Compareceram importantes profissionais de comunicação, entre jornalistas e assessores de imprensa (Sidnei Basile, diretor do Grupo Exame, Mair Pena Neto, diretor de comunicação da Souza Cruz, Nicolino Spina, presidente do Valor etc.). Na ocasião foram apresentadas as principais características do prêmio. Em junho, uma sondagem junto a formadores de opinião permitiu que a equipe do Comunique-se apontasse os 10 indicados em cada categoria. É mais um passo em direção à consolidação do veículo no setor de comunicação empresarial.

Os próximos desafios e prioridades são viabilizar a entrega do prêmio, atingir a relevância esperada, aumentar o conhecimento dos produtos junto às áreas de comunicação das empresas e aprimorar a eficiência de vendas com depuração, treinamento da equipe e aperfeiçoamento dos processos de gestão.

A consolidação da audiência será reforçada com o lançamento da nova ferramenta do site, que inclui disponibilização de blogs para os profissionais do setor.

Assim como no caso do Via, os resultados são questão de tempo. A força e o reconhecimento da marca e dos produtos trarão, em algum momento, a melhora das condições dos mercados em geral.

## CENTRALCOM

Central de Desejos superou a marca de 1 milhão de usuários cadastrados. Mensalmente, disputa a liderança do ranking do Ibope entre os shoppings e demais geradores de tráfego para o varejo da Internet brasileira. Foi campeã do ranking do Ibope no Natal de 2001 e no Natal de 2002.

Elefante apresenta resultados abaixo do esperado em termos financeiros, mas cumpre os objetivos na geração de tráfego qualificado para o grupo. Um claro sinal de que o problema está muito mais no mercado do que nas propriedades em si.

Uma vez conquistada posição de destaque em audiência e geração de tráfego qualificado para os varejistas online, o desafio em 2003 será aumentar drasticamente as taxas de conversão de usuários em leads, e destes em transações.

As iniciativas ao longo do primeiro semestre foram bem-sucedidas neste sentido. Elevou-se aproximadamente 300% a taxa de conversão em relação a 2002, atingindo o limite do setor no Brasil. Apesar da evolução, a consolidação da empresa depende de um salto de proporções semelhantes, de forma a posicioná-la como elemento fundamental da cadeia de varejo online.

Com este objetivo, a empresa lançará novo site em julho.

Um site com novos layout, ferramentas e linha de comunicação, a fim de oferecer aos usuários um serviço de compras de nível elevado - tanto quanto à relevância do serviço prestado quanto à performance.

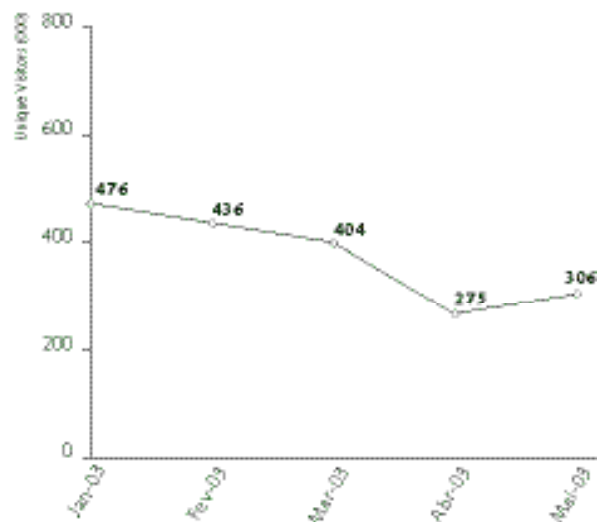
O posicionamento da propriedade será posteriormente reforçado. A idéia é transmitir algo do gênero "o lugar para ir ao pensar em fazer compras na Internet". É coisa fundamentada por produtos de dezenas de lojas junto a ferramentas exclusivas de busca (listas, entre outros).

Tudo dependerá da continuidade do crescimento das taxas de conversão.

## O CARTEIRO

As pendências jurídicas prosseguem. No entanto, no dia 25 de junho o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro cassou a liminar que sustentava os sócios minoritários na diretoria da empresa. Dessa forma, ao longo do mês de julho a nova administração assume a empresa, empenhada em retomar o crescimento, mas ainda sem saber as condições em que a sociedade se encontra, pois não vem recebendo informações gerenciais desde o início do ano. O que temos de mais objetivo é que nesse período a evolução do tráfego do segmento de cartões fez com que a distância de audiência do Carteiro para a do líder aumentasse de 47% em janeiro para 132% em maio, segundo o IBOPE:

### Audiência Mensal OCarteiro - IBOPE e Ratings



## CONCLUSÃO E PERSPECTIVAS

---

O processo de venture capital é marcado pela alta taxa de mortalidade de alguns investimentos. Cabe aos sobreviventes a responsabilidade de compensar as perdas. Ainda é cedo para afirmação mais veemente sobre qual(is) será(ão), ou até mesmo se algum atingirá a "linha de chegada". Acreditamos que há boas chances de firmarem-se empresas rentáveis e relevantes, que justifiquem a continuidade da alocação de recursos (financeiros, de tempo e energia). Mas nem mesmo este tipo de certeza é possível no momento.

Sem dúvida, as dificuldades permanecem maiores do que gostaríamos.

A cada dia se torna menos provável alcançar resultados satisfatórios no prazo anteriormente imaginado.

Ainda assim, algumas empresas conquistam gradativamente espaço e oferecem produtos de crescente aceitação. A estratégia é alocar o máximo de recursos para elas, e reduzir ou extinguir o fluxo para as demais. Acreditamos que há chances de ganhos a partir da situação atual.

Uma questão importante diz respeito ao prazo do fundo, vis-à-vis a evolução da conjuntura e a maturação dos projetos. Ainda é cedo para qualquer decisão, mas temos pensado em alternativas que evitem desperdícios e viabilizem a maximização do retorno. Para cada cenário, há alternativas. O momento de decisão virá em 2004. Até lá continuaremos a empenhar esforços para ajudar as empresas a se consolidar, preservando ao máximo o "staying power".

Por fim, aproveitamos para esclarecer a questão colocada por um investidor acerca da newsletter da InVent. Ela foi concebida com o propósito de posicioná-la e às suas investidas junto a potenciais parceiros, clientes e fornecedores. É enviada aos cotistas como cortesia, mas também a pessoas eventualmente interessadas em fazer negócio com as empresas do Fundo.

---

# INVESTIDOR

PROFISSIONAL

**Sócios:**

Roberto Vinhães  
Christiano Fonseca Filho  
Maurício Bittencourt  
Pedro Chermont  
João Emílio Ribeiro Neto  
Isabella Saboya

Av. Ataulfo de Paiva, 255 / 9º andar Leblon  
22440-030 Rio de Janeiro RJ Brasil  
Tel. (55 21) 2540 8008 Fax (55 21) 2540 8019  
faleconosco@investidorprofissional.com.br  
www.investidorprofissional.com.br