

## Relatório de Gestão 4

3º Trimestre - 2000

### Introdução

O destaque do trimestre foi a consolidação de um cenário bem mais crítico para as empresas de Internet. Com o fechamento do mercado de capitais para as “ponto com”, independentemente da combinação de letras (B2C, B2B, B2G...), as demais fontes de recursos também se retraíram. Diversas companhias do setor nos Estados Unidos viram as cotações de suas ações despencar entre 80% e 95%. No Brasil, muitas das empresas que pretendiam realizar IPOs (lançamento de títulos negociáveis em bolsa de valores) tiveram que cancelar ou postergar seus planos.

Nossa resposta a este cenário foi reduzir o ritmo de investimentos inicialmente previsto, tanto no que diz respeito ao Fundo IP.com quanto às empresas investidas. Com isso, temos certeza de que seremos capazes de atravessar a tempestade, independentemente das condições de mercado e do tempo de permanência deste cenário.

Chegamos ao final do terceiro trimestre com R\$ 40,5 milhões de caixa consolidado (R\$ 7,5 milhões relativos ao IP.com e R\$ 33 milhões relativos às empresas controladas) e com 4 empresas no portfólio (InVent, MundoMedia, Olé e Via Global), investimentos estes realizados no primeiro semestre do ano. Estas empresas estão evoluindo e conquistando posições de destaque em seus respectivos setores. As equipes nas quais investimos mostraram-se capazes de enfrentar a drástica mudança de cenário, ao definir e implementar mudanças e seguir em frente.

Ao contrário do que pode parecer aos que acompanham apenas as manchetes, a Internet não está em crise. Em crise estão os que acreditaram no sonho de dinheiro fácil e não quiseram ou não souberam trabalhar duro.

O cenário atual, menos festivo, é mais atraente em função do menor número de concorrentes viáveis. Continuamos tão otimistas quanto sempre estivemos com o negócio. A crise é até benéfica para o Fundo IP.com, porque nos encontramos em situação altamente vantajosa para realizar bons investimentos.

**Gestores: Roberto Vinhães e Ana Siqueira Dantas**

24 de outubro de 2000.

*Este relatório é publicado somente com o propósito de divulgar informações e dar transparência à gestão executada pela Investidor Profissional e não deve ser considerado como oferta de venda do Fundo IP.com. 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 relatório. Todas as opiniões e estimativas são elaboradas dentro do contexto e conjuntura no momento em que o relatório 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. Performance passada não é garantia de performance futura.*

## Sumário

O destaque do trimestre foi a consolidação de um cenário bem mais crítico em relação às empresas de internet e a nossa resposta a este cenário foi reduzir o ritmo de investimentos inicialmente previsto, tanto no que diz respeito ao Fundo IP.com quanto às empresas investidas. Desta forma temos certeza de que seremos capazes de atravessar a tempestade, independentemente das condições de mercado e do tempo de permanência deste cenário.

**Terminamos o terceiro trimestre com R\$ 40,5 milhões de caixa consolidado** e com 4 empresas no portfólio (InVent, Mundomedia, Olé e Via Global), investimentos estes realizados no primeiro semestre do ano. Estas empresas estão evoluindo e conquistando posições de destaque em seus respectivos setores. Algumas das realizações destas empresas encontram-se resumidas, a seguir.

**InVent** — no dia 8 de agosto, a InVent organizou o segundo InVent D@y. O evento foi, mais uma vez, um sucesso absoluto com 650 participantes e 38 palestrantes. **O InVent D@y tornou-se um excelente instrumento não só de comunicação institucional da InVent como também um fértil fórum para originação de novos negócios, projetos e parcerias estratégicas.**

**Olé** — O crescimento do Olé continua acima das expectativas. **Em setembro, Olé alcançou a marca de 192 mil usuários cadastrados. Isto significa um crescimento do número de usuários cadastrados, no trimestre, de 95%! É importante também ressaltar que este resultado ocorreu após o término da campanha publicitária tradicional em julho deste ano.**

**Via Global** — neste trimestre, o grande foco da equipe do Via Global foi o aperfeiçoamento das funções dos websites viario.com.br e viasampa.com.br. **No dia 11 de outubro entraram no ar os novos sites com programação visual mais moderna e intuitiva e tecnologia totalmente redesenhada, garantindo uma melhor performance de velocidade para o usuário e uma capacidade cinco vezes maior de atender usuários simultâneos.**

**MundoMedia** — o estoque publicitário representado pela rede MundoMedia já está entre os dez maiores estoques publicitários da Internet brasileira, incluindo os portais. Dentre os sites afiliados à rede MundoMedia, podemos

destacar portais como Lokau, Patagon, Webb e Webmotors.

## Fluxo de projetos no trimestre

O IP.com e a InVent receberam 345 projetos de investimento no terceiro trimestre de 2000, todos analisados pela equipe do IP.com. Feita a pré-seleção, nos reunimos com empreendedores de 51 projetos. Já analisamos 1.141 projetos em todo o ano (ver figura 1).

Atualmente, a InVent contabiliza dois novos projetos em seu *pipeline*. Eles se somam, evidentemente, aos que se encontravam em desenvolvimento conforme menção do último relatório trimestral. Ambos referem-se à área de infraestrutura. Um deles é resultado de concepção conjunta do IP.com e da InVent. O outro projeto encontra-se em fase de negociação final de CDI (Carta de Intenções) com empreendedores.

Figura 1: Fluxo de projetos (Jan a Set/2000)



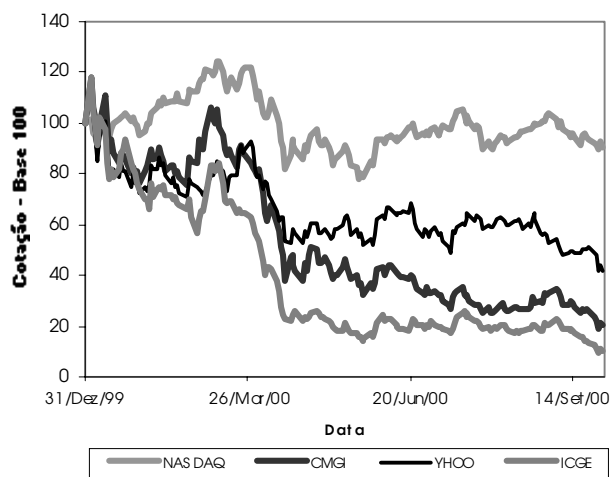
## Cenário

### O que mudou?

O cenário atual é muito diferente do início do ano. A mudança teve início em meados do segundo trimestre, conforme comentado no nosso último Relatório de Gestão.

**Algumas companhias norte-americanas de capital aberto viram as cotações de suas ações despencarem entre 80% e 95%. Elas passaram de investidoras/compradoras agressivas a animais feridos lutando contra a morte. Ações de empresas reconhecidas como ícones de sucesso, tais como Amazon, CMGI, ICG e Yahoo!, sofreram perdas expressivas (ver gráfico 1).**

**Gráfico 1 - Correção do mercado americano**



Será que os modelos empresariais destas empresas não estavam corretos?

Entendemos que não seja essa a razão.

Estas empresas, em sua maioria, apresentam modelos de negócio interessantes e viáveis. Atribuímos a queda ao fato de as ações encontrarem-se supervalorizadas no início do ano, fruto de uma euforia exacerbada. A correção aconteceu quando os investidores perceberam que, para justificar tais valorizações, as empresas teriam de apresentar resultados impossíveis de serem alcançados...

Diante de perdas contundentes, os investidores tornaram-se mais seletivos em relação a empresas de Internet. Com o fechamento do mercado de capitais para as "ponto com", as demais fontes de recursos também se retraíram. Os principais fundos americanos voltaram-se para projetos de tecnologia ótica de transmissão de dados e de biotecnologia, ou concentraram-se na reestruturação das empresas em que já possuíam investimentos. **Com isso, o modelo escalonado de capitalização de projetos (seed capital, 1ª e 2ª rodadas de investimento) encontra-se fortemente comprometido.**

### *Evolução das cotas do IP.com*

O lançamento do IP.com aconteceu há sete meses. Neste curto período, fomos capazes de reunir equipes de grande competência em nossos 4 investimentos, todos eles sustentados por modelos econômicos robustos. **Adicionalmente, resistimos às pressões e seduções de investir em cenário de "euforia exacerbada".** Estávamos apenas 20% "comprados" (a posição de caixa consolidada em 30/9/2000 era de R\$ 40,5 milhões) num período em que

empresas tidas como ícones de sucesso no mercado americano chegaram a cair 90%.

Embora estejamos sempre focados no longo prazo, os recentes preços de negociação das cotas do Fundo IP.com nos incomodam.

O valor de mercado do IP.com em 30/9 era de R\$ 36,5 milhões. Além de inferior à posição de caixa consolidada (R\$ 40,5 milhões), ele não reflete os investimentos já realizados e a qualidade de gestão do IP.com.

Sabemos que os desafios são imensos, mas ainda estamos no início de uma trajetória. O que ocorreu recentemente no mercado de Internet nos leva a uma analogia com situações similares experimentadas na gestão do IP-Participações.

**Há muitos anos convivemos com reações extremadas do mercado, e tiramos partido delas para maximizar o retorno do IP-Participações (que, como se sabe, investe em empresas de capital aberto).**

A situação atual nos remete às crises de México, Ásia, Rússia e Brasil. Por mais que tentemos, é impossível convencer a todos de "que o mundo não vai acabar amanhã". Ou que só o tempo e/ou resultados concretos são capazes de reverter a maré.

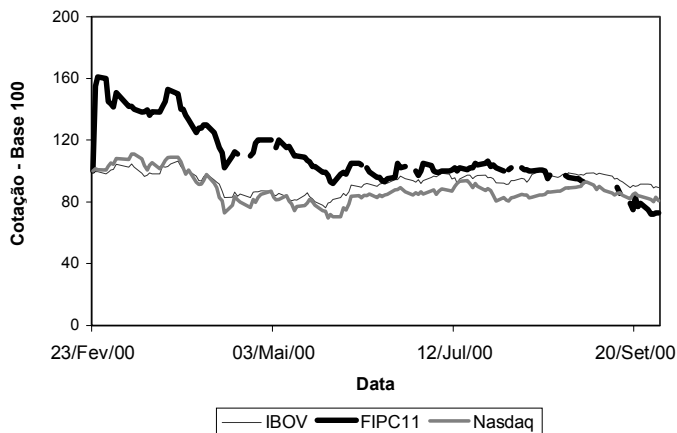
O IP-Participações é um fundo aberto e em épocas de crise geralmente há captação líquida positiva. Isso acontece porque os grandes investidores percebem as distorções de preços no mercado acionário e decidem investir no IP-Participações. **Sendo o IP.com um fundo fechado negociado em bolsa de valores, os grandes investidores, mais experientes, "compram para baixo", aproveitando-se da ansiedade dos pequenos investidores que "querem sair a qualquer preço".**

**Observamos processo de concentração de cotas do IP.com nas mãos de investidores de maior porte e experiência em detrimento dos menos experientes.** Enquanto que em fevereiro 20% das cotas do fundo estavam nas mãos de 92 cotistas, (12% do número total de cotistas), agora 20% das cotas estão nas mãos de 51 cotistas (6% do número total de cotistas).

Como Warren Buffett, perseguimos o Santo Graal de preços que reflitam nossa idéia de evolução do valor. Este é, com certeza, o aspecto em relação ao qual estamos mais insatisfeitos. Prosseguiremos em nossos esforços de permitir a todos uma avaliação mais razoável e justa do estado dos negócios.

Iniciamos em julho uma comunicação pró-ativa com investidores institucionais. A convite do UBS Warburg, realizamos *road-shows* no Rio de Janeiro, em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Londres, Nova Iorque, Boston, Chicago e Los Angeles, tendo visitado aproximadamente 60 investidores institucionais. Para alguns, o nível de liquidez do IP.com ainda é uma restrição. Mas nosso principal intuito nos *road-shows* nos Estados Unidos e Londres foi apresentar o Fundo IP.com. Nosso histórico em Internet já será conhecido quando realizarmos novas captações para o IP.com ou para as empresas nas quais investimos.

### Gráfico 2 - Evolução das Cotas IP.com



### Perspectivas

Muito tem se falado sobre a “crise da Internet”. Sempre acreditamos que a maioria dos preços dos ativos de Internet não era justificável. Acreditávamos nisso já em abril.

Mas acreditar nisso é uma coisa. Outra bem diferente é afirmar que a tecnologia que apresenta o mais rápido e relevante crescimento de usuários da História vai mal.

É caso de lembrar que a Internet permitiu que fosse construída, em cinco anos, uma empresa como a Yahoo! (US\$ 50 bilhões de valor de mercado APÓS a crise, reconhecida e presente nos principais mercados mundiais e extremamente lucrativa).

Na prática, o mercado migrou de um cenário de euforia exacerbada para um extremo de pessimismo exagerado. **Em nossa visão, a realidade continua a mesma. A Internet causa drástica mudança numa série de hábitos individuais e atividades econômicas, que desencadeiam inúmeras oportunidades e riscos para todos.** Embora seu ritmo de crescimento e suas lideranças

sejam afetados pelos humores do mercado, não há como negá-la ou evitá-la. Alguém duvida que o comércio em geral (varejista e atacadista), as indústrias de mídia e propaganda, educação e logística serão profundamente impactadas pela Internet, definida como mídia interativa universal, disponível 24 horas por dia, sete dias por semana?

Como investidores, a melhor analogia que encontramos é a de uma regata na qual a maioria dos barcos assume como premissa a permanência de condições climáticas favoráveis. O que acontece é que os barcos se defrontam agora com uma forte tempestade. Pior para as embarcações menos seguras. **Nosso barco sempre privilegiou a segurança em detrimento de velocidade e beleza.** Sabemos que o clima (mercado) é intrinsecamente instável. E que, quase sempre, este equilíbrio é a chave do sucesso. **Assim, apesar da navegação mais dura, nossa perspectiva de estar entre os primeiros aumentou significativamente.**

### Venture Capital

**Fomos, anos a fio, pregadores solitários de uma melhora no sistema de governança corporativa. Não alcançamos 100% de sucesso.** Ainda há muito a fazer, apesar dos recentes avanços. De todo modo, hoje a causa recebeu adesão dos mais diversos participantes do mercado, muitos da mais alta qualidade.

E as mudanças começam a ocorrer. O *tag along* de Saraiva, a mobilização em torno da nova Lei das S/A, a criação do novo mercado da Bovespa e de selos de qualidade de governança são exemplos inequívocos.

Ainda assim, para o mercado existente, acreditamos que a mobilização veio tarde demais. Boa parte das questões impacta apenas os inevitavelmente envolvidos, assim como os poucos detentores de parcela relevante do estoque de ações destas companhias. **Acreditamos que o mais importante agora é criar condições para que surjam novas empresas, criadas a partir de mentalidade efetivamente associativa e globalizada.**

Tendo em vista ser o IP.com o primeiro veículo do mercado focado exclusivamente em investimentos em empresas emergentes, e diante da importância do desenvolvimento de uma indústria de capital de risco no Brasil, temos a obrigação de fomentar discussão que leve a avanços nesta área.

Os desafios são muitos. A indústria só tem relevância nos Estados Unidos. Mesmo lá, começou a

tomar forma institucional apenas na década de 60. Isso prova que sua existência não é natural nem inevitável. Em países como Japão e Alemanha, o financiamento às pequenas empresas se dá tradicionalmente via crédito bancário. Mesmo hoje, apesar de crescente, a indústria de capital de risco ainda é incipiente.

**Sua espinha dorsal está na especialização, e na conseqüente necessidade de foco. É algo que decorre da importância da agregação de valor pelos investidores, além do simples capital, tanto maior quanto mais jovens forem as empresas.** É por esta razão que as principais instituições do setor não são conglomerados financeiros, mas “boutiques” focadas geograficamente, por indústrias e estágios de desenvolvimento dos projetos em que investem.

**Neste contexto, conta o Brasil com mercado capaz de justificar o surgimento de participantes focados?**

Sob a ótica geográfica, acreditamos que sim (especialmente no eixo Rio/São-Paulo). No tocante a setores, dispomos hoje de dois ou três participantes críveis focados nos estágios iniciais, além de outros tantos num segundo estágio. Ainda é pouco, mas é até melhor que a evolução seja gradual. Quanto à especialização setorial, até agora a Internet foi uma dádiva, já que centralizou as atenções. **É fundamental observar a evolução destes**

**participantes (entre os quais o IP.com) à medida que a Internet deixe de ser “tema” e assuma função de “ferramenta” em quase todos os negócios.** A “esfriada” do mercado também deve ser encarada como positiva, porque limita as possibilidades de sobre-oferta. Ela poderia fadar muitas iniciativas ao fracasso, minando a indústria.

**Ao contrário dos que falam de mercado, mas buscam benesses públicas, não pregamos a criação de programas, verbas ou fundos com recursos públicos para fomentar o setor.** O que se espera do setor público é que cumpra seu papel, provendo economia minimamente estável, aberta e, se não for pedir muito, um Judiciário mais adequado às necessidades de um mercado dinâmico.

Em resumo, estamos diante de um bom começo. Não há obstáculo intransponível à vista. E temos certeza de que o sucesso de uma indústria de capital de risco será altamente benéfico para o país. Estaremos direcionando nossas energias para esse objetivo.

Apresentamos a seguir relatórios trimestrais de desempenho das empresas que fazem parte do portfólio do IP.com. Estes relatórios foram elaborados pelas empresas e seus “sponsors” pois identificamos a oportunidade do estabelecimento de comunicação direta entre nossos cotistas e empresas investidas.

## Portfólio

### InVent ([www.invent.com.br](http://www.invent.com.br))

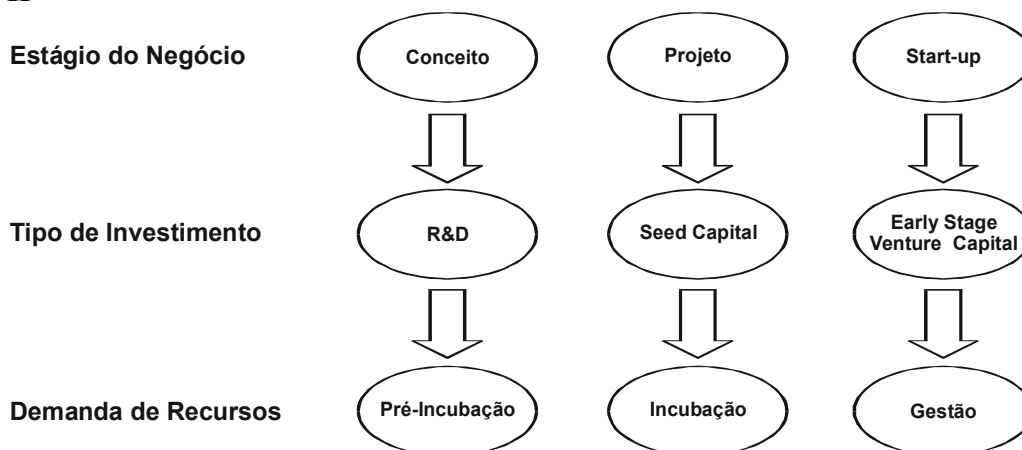
**Empresas “start-ups” demandam culturas flexíveis e ágeis**, algo fundamental para lidar com uma realidade óbvia, mas de difícil gestão para uma empresa emergente. Nos referimos à **comprovação de que um modelo de negócio vencedor pressupõe o método de tentativa e erro**.

Concentrar a artilharia de uma *start-up* em modelo engessado, ou comprometer-se com grandes estruturas de custo fixo, exige que se acerte na mosca sempre que for testado um modelo de negócio.

**Nos orgulhamos de ter criado, ao longo dos últimos seis meses, uma estrutura bem equipada na InVent, no Olé e no Via Global.** Primeiro, falamos de estruturas enxutas em termos de custo fixo. Segundo, tratamos de organizações deliberadamente pensadas para criticar e aprimorar continuamente seus modelos de negócio. O objetivo é buscar sempre os caminhos mais adequados à geração de valor.

O saldo em caixa ao final do terceiro trimestre (R\$ 33 milhões) reflete desembolso líquido de R\$ 2,6 milhões no período. Estes recursos foram prioritariamente alocados para os dois projetos da InVent, Olé e Via Global. Eles ainda mantinham parcela expressiva do compromisso inicial de investimento não aportado até o fim do segundo trimestre. Uma parte menor do caixa da InVent foi investida na conclusão da infraestrutura de seus escritórios, tanto de São Paulo quanto do Rio de Janeiro. Dispomos hoje de 100 estações de trabalho para projetos, além das posições de trabalho da InVent. No 4º trimestre o desembolso líquido de caixa da InVent, Olé e Via Global será em torno de R\$ 1,5 milhão, já refletindo uma redução do ritmo de investimento.

**Figura 2: VIP**



### Redução do ritmo de investimentos

A correção do mercado de capitais (ver detalhes no item Cenário) provocou mudança significativa nos planos da maioria das empresas de tecnologia, em especial das empresas de internet. **Antes da correção, as primeiras injeções de capital das start-ups conhecidas como “seed capital” eram prontamente sucedidas por fartas rodadas de aumento de capital (a famosas “1° e 2° rodadas de investimentos”).** Era quase uma premissa, que determinava não só as fontes de financiamento do projeto mas principalmente a velocidade dos investimentos e dos gastos das companhias. Como a mudança de sentimento dos mercados é sempre abrupta, as empresas com pouco caixa (por algum excesso de otimismo e/ou falta de prudência) viram-se em situação financeira delicada. Se considerarmos que este otimismo costuma ser encarado como sinônimo de estruturas inchadas, a difícil situação financeira se torna rígida e de ajuste mais demorado.

Neste contexto, dinheiro em caixa associado a custos baixos representa enorme vantagem competitiva. Ou, como os americanos gostam de dizer, **“cash is king”**. **Apesar da nossa confortável posição de caixa, e do fato de termos anunciado no início deste ano que tínhamos como meta investir em 10 a 12 projetos por ano, decidimos, em função da drástica mudança de cenário, reduzir o ritmo de investimentos.**

### “VIP – Venture Incubation Process”

Em nosso último Relatório de Gestão, explicamos como funcionava o modelo de incubação da InVent. Naquele momento, a InVent assumiu uma demanda de recursos humanos e profissionais razoavelmente uniforme entre os diferentes estágios de

desenvolvimento dos projetos. Um aprendizado valioso dos últimos meses ensina que, na realidade, a demanda varia em função do estágio dos projetos. São eles Conceito, Projeto e Start-up, que requerem diferentes níveis de coordenação de implantação (ver figura 2).

No estágio “Conceito”, a InVent investe quantias muito baixas por um período curto de tempo. O objetivo é estudar um negócio com chance de tornar-se projeto de alto potencial. No estágio “Projeto”, a InVent investe quantias maiores do que na fase anterior em projetos já avaliados e conceituados. Estes investimentos, ainda relativamente baixos, são chamados de “seed capital”. Na fase mais avançada, normalmente já há uma empresa montada e equipe operando um negócio em estágio que chamamos de “start-up”.

Para os investimentos das fases “Conceito” e “Projeto”, acreditamos que o modelo VIP anterior seja o mais recomendado, tendo em vista que pressupõe a figura de gerentes de Projetos na coordenação da implantação. A função principal destes gerentes é coordenar o acesso às diferentes competências que a equipe da InVent pode aportar ao projeto.

Já para os investimentos em fase “Start-up”, a estrutura de coordenação deve ser mais experiente. Isso porque a demanda de recursos da InVent é principalmente de auxílio na gestão da companhia. **Neste caso, a InVent aprimorou o seu modelo de negócio criando a figura do “sponsor” de empresa, onde cada empresa passa a contar com executivo sênior da InVent.** Este *sponsor* divide o tempo entre sua própria especialidade funcional na InVent e a empresa na qual exerce papel comparável ao de um presidente interino.

### **InVent D@y –SP**

No dia 8 de agosto, a InVent organizou em São Paulo (no Centro de Convenções Rebouças) o segundo InVent D@y. **O evento foi novamente um sucesso absoluto, tendo contado com 650 participantes e 38 palestrantes.** O perfil destes participantes foi o seguinte: empreendedores com site em funcionamento (33% do público) e empreendedores com uma idéia (23%). O restante da audiência se dividiu entre executivos (16%), empreendedores com plano de negócios (12%), investidores (3%) e outros (13%). Tivemos palestras e painéis em áreas de extrema relevância para os empreendedores de Internet, conforme se verifica pela relação abaixo.

**Estabelecendo as Regras do Jogo** (Aloysio Meirelles - Ulhôa Canto, Francisco Mussnich - Barbosa Mussnich Aragão e Eduardo Magalhães Machado - Montauray Pimenta, Machado e Lioce).

**Criando uma Marca na Internet** (Luiz Carlos Teixeira de Freitas - MundoMedia, Cadu Lemos - A+, Álvaro Novaes - J. Walter Thompson e Marcelo Sant'Iago - Collective Mind).

**Vendendo seu Business Plan** (por Roberto Waddington - CEO InVent).

**Manual de Sobrevivência do e-empendedor** (Rogério Silberberg - Fulano, Fabiano Battaglia - Olé, Marcelo Almeida - Via Rio e Pedro Grzywacz - MundoMedia).

**O InVent D@y assumiu a característica para a qual foi concebido de fórum pioneiro de origem de novos negócios, projetos e parcerias estratégicas. E tornou-se excelente instrumento de comunicação institucional da InVent, transformando-a em verdadeira referência em Internet no Brasil.**

### **Projetos em desenvolvimento**

Em nosso último Relatório de Gestão, mencionamos que a InVent possuía dois projetos em fase de desenvolvimento. Um referente à área de infra-estrutura. Outro, classificado como B2B.

**Optamos por não prosseguir com o projeto de infra-estrutura. Sua área específica tornou-se extremamente visada por outros investidores, e não estávamos adiantados a ponto de contar com evidente vantagem competitiva.**

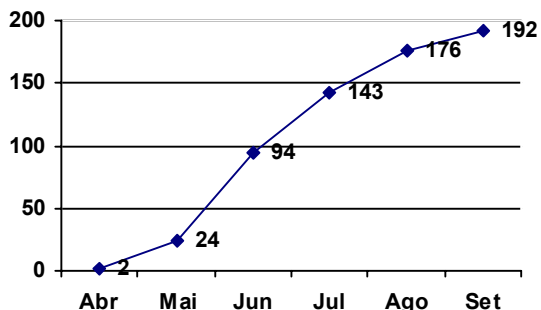
A idéia do projeto foi do IP.com e da InVent. Podemos afirmar que ele contribuiu para nossa curva de aprendizado. O custo de oportunidade da alocação de tempo da equipe foi superior ao custo de desembolso do projeto, que foi imaterial.

A InVent possui fluxo contínuo de projetos em diferentes estágios de concepção ou de negociação, o que costumamos chamar de “*pipeline* de projetos”. Atualmente, este *pipeline* contabiliza dois projetos, em adição aos já mencionados acima. Estamos muito animados com ambos. Eles provêm da área de Infra-estrutura tecnológica, e lidam com alavancagem do uso da Internet para pessoas e empresas e aceleração tecnológica do negócio de outras empresas de Internet. Um destes novos projetos é resultado de concepção conjunta de IP.com, InVent. O segundo encontra-se em fase de negociação final de carta de intenções com empreendedores.

## Olé ([www.ole.com.br](http://www.ole.com.br))

O crescimento do site continua acima das expectativas. **Em setembro, o Olé alcançou a marca de 192 mil usuários cadastrados. Estamos falando de um crescimento de 95% em relação ao fim de junho!** Mesmo após o término da campanha publicitária tradicional, em julho deste ano (ESPN Brasil, SPORTV, Jornal Lance, Revista Playboy), o Olé manteve o crescimento sustentado. Foi algo que se deveu sobretudo às iniciativas de marketing de relacionamento e ao que chamamos de “estratégias virais” (de “contágio” dos usuários) geradas dentro da própria comunidade. Essas iniciativas contaram com parceiros de peso, como Reebok e Adidas. Esta última utilizou o site para lançar sua nova bola de futebol oficial, confeccionada especialmente para as Olimpíadas de Sidney. Falando em Olimpíadas, é importante destacar o impacto de sua realização para o Olé. Houve desaceleração no ritmo de crescimento de usuários cadastrados em setembro (ver gráfico 3). O motivo não foi outro senão a migração temporária da frente da tela do computador para a da TV.

**Gráfico 3: Número de usuários cadastrados (em milhares)**



O Olé já pode ser considerado referência em entretenimento esportivo. Não foi à toa que a consultoria Alexa Research o elegeu, em agosto, o maior site de entretenimento em esportes do Brasil.

Os desafios de infra-estrutura tecnológica, especialmente os gerados pela alta concentração de tráfego após o término de grandes clássicos do futebol, estão sendo vencidos com sucesso. O prévio aumento da banda, da capacidade dos servidores e da otimização dos softwares foi fundamental para a eliminação de gargalos no pico. Aumentamos a velocidade do site e a satisfação dos “olemaniacos”.

### Equipe e custos operacionais:

O Olé consolidou seus controles gerenciais. O portal opera hoje com 24 funcionários e com *burn-rate* muito baixo, se confrontado com o “tamanho” de

sua operação. Isso é motivo de orgulho, porque mostra que o Olé está pronto para ingressar na fase de consolidação de suas receitas com custos fixos muito baixos.

### Agregação de valor e geração de receitas

O maior desafio do Olé é compreender em profundidade os hábitos e as atitudes de cada “olemaniaco”, a fim de identificar produtos e serviços que agreguem real valor à sua comunidade. Este conhecimento será fundamental no aumento da satisfação dos olemaniacos e na ampliação da capacidade de geração de receitas.

O modelo de receitas baseia-se em propaganda/comissões de e-commerce e serviços pagos. Evoluímos rapidamente em cada área, tanto no que diz respeito aos conceitos de geração de receita quanto de desenvolvimento de parcerias.

Por abrigar comunidade muito focada, o Olé desperta o interesse de diversos anunciantes. É uma característica preciosa, que costuma aumentar significativamente a eficiência de campanhas publicitárias.

Na área de comissão de e-commerce, firmamos parcerias com Americanas.com, iBazar e Superoferta. A receita advém sempre da soma da comissão obtida pela intermediação das vendas originadas a partir dos “links” eletrônicos com uma parcela fixa proporcional ao tráfego.

O próximo passo para o Olé é a geração de receitas com serviços prestados pelo próprio portal, além da venda de conteúdo e tecnologia para terceiros. Pesquisamos uma série de serviços que poderiam ser cobrados a partir de assinaturas trimestrais ou semestrais. O Olé também tem sido contactado por sites interessados em adquirir parte de sua tecnologia. Transferência de tecnologia, aliás, vem despontando como uma das grandes fontes de receita nos Estados Unidos. Sites com “engines” específicos e de sucesso comprovado têm comercializado e licenciado em ritmo acelerado para sites não concorrentes.

Seguimos bastante otimistas com as perspectivas de médio e longo prazos do Olé. Enumeramos a seguir as características que nos oferecem a certeza de que o Olé nos proporcionará muitos motivos de comemoração:

- O foco do site;
- O tamanho e a interatividade da comunidade;
- A liderança no setor de entretenimento esportivo;
- A evolução das parcerias e das fontes de receita atuais e
- As perspectivas de venda de novos serviços e produtos.



## Via Global ([www.viario.com.br](http://www.viario.com.br)) e ([www.viasampa.com.br](http://www.viasampa.com.br))

O Via Global, através dos sites Via Rio e Via Sampa, também caminha para se tornar referência em guia de entretenimento local. O posicionamento é apenas o primeiro passo para o alcance de objetivos muito mais amplos.

### Redesenho e aperfeiçoamento dos websites

#### Viario e Via sampa.

No último trimestre, o foco da equipe do Via foi o aperfeiçoamento das funções dos websites [viario.com.br](http://www.viario.com.br) e [viasampa.com.br](http://www.viasampa.com.br). **No dia 11 de outubro, entrou no ar o novo site. Com programação visual mais moderna e intuitiva, além de tecnologia totalmente redesenhada, ele proporciona mais velocidade e capacidade cinco vezes maior de atender a usuários simultâneos.**

O diferencial do Via Global, em comparação com os demais guias de entretenimento, está ainda mais evidente. A implantação de novas ferramentas gera o que chamamos de “crescimento viral”, e permite maiores informações sobre a comunidade de usuários. Dentre as ferramentas, podemos destacar:

**i) Convide um amigo:** Identificado a área de interesse, o usuário pode convidar amigos para acompanhá-lo. Utiliza para isso o mecanismo de comunicação do Via Global. Com ele, informações como localização, telefone e descrição são enviadas automaticamente para os convidados escolhidos. O usuário também está apto a enviar mensagens para seus convidados, com a indicação de dia e hora do convite, além da escolha do meio (telefone, e-mail) que prefere receber confirmações.

**ii) Outros comentários do mesmo membro da comunidade Via:** com esta ferramenta, além de saber o que as pessoas pensam sobre determinada atração, o usuário está pronto a avaliar, pelo perfil do comentarista, o quanto sua opinião é relevante. Abaixo de cada comentário, há um link de acesso para todas as demais opiniões daquele usuário.

**iii) Perfil dos que comentaram a atração:** é mais uma nova ferramenta que facilita a escolha do programa, de acordo com o perfil dos que já experimentaram a atração. Notas médias são atribuídas em função de perfis por idade e sexo.

### WAP (“Wireless Application Protocol”) e Palm Pilot

As informações dos sites Via Rio e Via Sampa já estão disponíveis para acesso em telefones

**celulares com tecnologia WAP.** Graças a acordos firmados com Telefônica Celular, no Rio de Janeiro, e com Telesp Celular, em São Paulo, seus usuários (das operadoras) podem acessar os sites através de links no espaço “lazer”. Os usuários das demais operadoras também podem acessar pelo browser dos telefones nos endereços [www.viasampa.com.br/wap/](http://www.viasampa.com.br/wap/), ou [www.viario.com.br/wap/](http://www.viario.com.br/wap/), conforme o caso. **Outra forma de acessar o Via é por Palm Pilot.** Seus portadores podem receber semanalmente o conteúdo nos módulos “Bares e Restaurantes”, “Motéis e Cia” e “Agenda Cultural”.

### Perfil do Usuário

Estamos muito satisfeitos com a qualificação da base de usuários do Via. Cerca de 90% dos usuários são maiores de 18 anos, e 65% têm curso superior. **É uma base bastante madura, se confrontada com a média de usuários de Internet no Brasil com capacidade econômica para consumir entretenimento.**

### Campanha Via Ranking

A equipe do Via Rio trabalha intensamente, desde meados de setembro, para tornar possível o lançamento da campanha Via Ranking. Trata-se da publicação no caderno Rio Show, de O Globo (sempre nas últimas sextas-feiras do mês), da lista dos melhores restaurantes, bares, motéis e casas noturnas do Rio. A votação, claro, é dos usuários do Via. O resultado publicado refere-se à apuração entre os dias 20 do mês anterior e 19 do mês de publicação. Previamente à publicação dos resultados, a equipe vem providenciando a distribuição de material publicitário junto aos estabelecimentos, como forma de estimular os clientes a votar em suas atrações favoritas.

### Um novo produto: o Via Net

O Via Global identificou a necessidade de maior interação entre estabelecimentos cadastrados e usuários a partir da Internet. Para atender a essa demanda, **o Via está desenvolvendo ferramenta que permite ao estabelecimento maior presença no site.** A nova função estará disponível a partir de no 4º trimestre de 2000, e poderá ser acessada pelos estabelecimentos com o uso de uma senha.

### Lançamento publicitário do Via Sampa

Por que ainda não foi providenciado o lançamento publicitário do Via Sampa? Primeiro, porque aguardávamos a conclusão do novo site. Também estamos introduzindo os novos modelos (ex: Via Ranking e Via Net, entre outros) no Rio de Janeiro. A idéia é aplicá-los em São Paulo já amadurecidos e mais eficientes, o que poderá ser feito muito rapidamente.

*MundoMedia*  
([www.mundomedia.com.br](http://www.mundomedia.com.br))

Em 30 de setembro, o número de websites da rede MundoMedia totalizava 54. É importante destacar que houve aumento no tamanho médio dos sites afiliados no último trimestre. **Merecem destaque portais líderes como Lokau, Patagon, Webb e Webmotors, dentre outros.**

O estoque publicitário representado pela rede MundoMedia já está entre os dez maiores da Internet brasileira, incluindo os portais. A operação de e-mail marketing encontra-se em estágio bem desenvolvido, tendo obtido permissão para envio de 2,9 milhões de newsletters e 1,8 milhões de e-mails mensais. Ou seja, estamos diante de um dos mais significativos acervos para database marketing da Internet brasileira (excluindo os portais).

Tais números fazem da MundoMedia a representante da maior e melhor rede de websites do Brasil, seja pelo volume de tráfego de público gerado, seja pela qualidade de conteúdo dos veículos representados (websites).

Em setembro, MundoMedia foi destaque no Pavilhão de Internet da MaxiMídia, maior feira brasileira de mídia, realizada no World Trade Center de São Paulo.

**Mundomedia também deu início à campanha publicitária em veículos dirigidos de negócios publicitários.**

Na área de recursos humanos, MundoMedia obteve duas importantes aquisições para sua Diretoria:

**i) Peter Lau**, mestre pela Stanford University e especialista em métricas de avaliação e tecnologia de comunicação publicitária na Internet. Até desembarcar na MundoMedia, Lau era um dos responsáveis pelo departamento de desenvolvimento de soluções tecnológicas da DoubleClick, nos Estados Unidos.

**ii) Antônio Correa da Silva Júnior** foi responsável, por onze anos, pela administração e pelo back-office de um conglomerado de 100 empresas no Patrimônio/Salomon Brothers. Especializou-se nas áreas de Finanças, RH, Tributária, Jurídica e Contabilidade Geral.

A equipe de atendimento publicitário da MundoMedia, hoje integrada por onze profissionais especializados em comercialização de espaços publicitários e integralmente dedicados a esta tarefa, já estabeleceu relacionamento com as 60 principais agências brasileiras de publicidade situadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre.

Visando atender melhor a seus clientes, bem como a suportar o crescimento da equipe, desde agosto a MundoMedia está instalada em sua nova sede, em São Paulo.

## Perspectivas

Apesar do cenário conturbado, continuamos confiantes. Nossa resposta a este cenário foi reduzir o ritmo de investimentos inicialmente previsto, tanto no que diz respeito ao Fundo IP.com quanto às empresas investidas. Nosso conservadorismo nos deixou em posição bastante vantajosa. A ele se junta o posicionamento e experiência construídas no dia-a-dia, no sentido de atingirmos nosso objetivo de participar ativamente da construção de empresas vencedoras.

No 3º trimestre a InVent adicionou dois novos projetos ao seu *pipeline* - ambos referem-se à área de infra-estrutura. Um deles é resultado de concepção

conjunta do IP.com e da InVent. O outro, encontra-se em fase de negociação final de CDI (Carta de Intenções) com empreendedores.

## Aleatórias

A capa da Business Week de 9 de outubro ilustra a atual situação do mercado. A principal chamada é para matéria intitulada "The next downturn". Mostra a capa do livro "The coming Internet depression - why the high tech boom will go bust, why the crash will be worse than you think...". Em paralelo a isso, destaque para uma reportagem especial: "Telecom: the optical technology revolution".

## IP.com - Balancete Geral Resumido em 30 de setembro de 2000

<b>Ativo</b>	<b>52.356.347,96</b>	<b>Passivo</b>	<b>52.356.347,96</b>
Disponibilidades	8.270,02	Tx de Adm a Pagar	260.552,70
LFT	7.469.098,06	Outros	0,50
Debêntures Invent	23.161.335,60		
Ações Invent	19.994.997,00	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>52.074.501,78</b>
Ações Mundo Media	3.000.203,36	Cotas	50.000.000,00
Outras rendas a receber (Selic)	4.463,54	Lucros Acumulados	2.074.501,78
Provisões	(1.282.019,62)	Result período 01jul00 a 30set00	21.292,98

Av. Ataulfo de Paiva, 255 - 9º andar  
Rio de Janeiro - RJ - Brasil - 22440-030  
Telefone: (21) 540-8040  
Fax: (21) 540-8018

Rua Iguatemi, 192 conj. 54  
São Paulo - SP - CEP: 01451-010  
Tel: (11) 3845-6064 - Fax: (11) 3845-7087  
e-mail: [ipdco@investidorprofissional.com.br](mailto:ipdco@investidorprofissional.com.br)  
<http://www.investidorprofissional.com.br>

## Informações (\*)

---

### Fundo

- Fundo Mútuo de Investimento em Empresas Emergentes (FIEE) focado no investimento em empresas do setor de Internet.
- Prazo: 5 anos, prorrogável por mais 1 ano.

### Público Alvo

- Devido aos níveis de risco e liquidez dos investimentos, o Fundo é destinado à Investidores Institucionais e indivíduos de grande patrimônio. É fundamental a leitura deste Relatório e do Regulamento do fundo para uma compreensão das características do mesmo antes de investir.

### Aplicação

- As emissões de cotas serão feitas em tranches (blocos).
- 1a. tranche (encerrada em 22/02/2000)
- Eventuais tranches subsequentes (datas a serem definidas):
  - Valor da emissão e preço de quota a serem definidos na época das emissões.

### Resgate

- Não haverá resgate de quotas, a não ser pelo término do prazo de duração do FUNDO, ou de sua liquidação, não se confundindo os eventos de resgate com as amortizações explicadas abaixo.

### Amortizações

- Durante os 3 (três) primeiros anos de duração do FUNDO, contados da data da primeira emissão de cotas, a Investidor Profissional poderá, a seu exclusivo critério, decidir pela distribuição, através de amortização de cotas, ou reinvestimento dos recursos obtidos com a venda, total ou parcial, de empresas do FUNDO.

- Após os 3 primeiros anos do Fundo, o valor investido em uma empresa, corrigido pela variação acumulada do IGP-M acrescida de 6% a.a. entre data do(s) investimento(s) até a data de sua realização em moeda nacional, será obrigatoriamente destinada à amortização das quotas, cabendo à Investidor Profissional decidir pela distribuição ou reinvestimento dos ganhos líquidos de capital realizados naquele investimento específico.

### Negociabilidade das Cotas

- As cotas são negociadas na Bovespa, código do Fundo é FIPC11.

### Taxas

- Taxa de Administração: 2% ao ano, apurados e pagos ao fim de cada trimestre civil, com base no patrimônio líquido do Fundo.
- Prêmio de Performance: 20% do que exceder IGP-M+6% ao ano, paga após retorno do capital corrigido por este índice aos investidores.

### Tributação

- Aplica-se para a tributação do fundo a regulamentação em vigor para investimentos em renda variável.

### Divulgação das Cotas

- As cotas serão calculadas e divulgadas semestralmente com base no valor contábil das empresas investidas.
- Pelo fato do Fundo investir em empresas do segmento de internet, cujo valor contábil não tem praticamente qualquer relação com o valor real, as cotas divulgadas semestralmente devem ser consideradas com ressalvas para cálculo do desempenho do Fundo (maiores detalhes sobre este assunto no segmento "Valor da Cota", na página 5 do Relatório 1, disponível no site do Fundo, [www.ipcom.com.br](http://www.ipcom.com.br)).

(\*) É fundamental a leitura e compreensão do regulamento do Fundo antes de investir. Ele poderá ser obtido junto à Dreyfus Brascan, à Investidor Profissional ou no site [www.ipcom.com.br](http://www.ipcom.com.br)