

INVESTIDOR
PROFISSIONAL

ESPECIALISTA EM FUNDOS DE INVESTIMENTOS

IP.com

O primeiro “.com” da Bovespa

Relatório de Gestão 8

O U T U B R O - 2 0 0 1

Introdução

Ao longo de seus 19 meses de existência, o Fundo IP.com investiu em oito empresas (InVent, Central de Desejos, Comunique-se, MundoMedia, O Carteiro, Olé Mídia, Via Global e Holding de Educação).

Evoluímos satisfatoriamente tanto na administração do processo de investimento quanto no apoio ao desenvolvimento de empresas sadias com posições estratégicas relevantes.

Somos invariavelmente questionados se ainda vemos alguma chance de o **IP.com** vir a apresentar resultados positivos à luz das atuais perspectivas e previsões econômicas. Sem dúvida, as mudanças de cenário foram drásticas desde o lançamento do Fundo. Por outro lado, quem é capaz de apontar períodos recentes de cinco anos que não tenham registrado mudanças drásticas de cenários e perspectivas?

Para cumprir a missão de maximizar a relação retorno/risco, a melhor estratégia é: 1) investir quando o pessimismo é dominante e refletido em preços irracionalmente baixos; 2) conservar os recursos quando a euforia predomina, o que leva a preços incompatíveis com perspectiva de rentabilidade satisfatória em médio e longo prazos; 3) empenhar os melhores esforços para que as empresas em que investimos gerem o máximo de valor, de modo a construir posições estratégicas fortes.

É importante lembrar que o **IP.com** é um fundo fechado de 5 anos. Quer dizer, enquanto cuidamos de continuar a implementar a estratégia, três anos e meio transcorrerão. Até lá, é muito provável que uma nova fase positiva se apresente. O prazo é bastante razoável. **Por isso, em lugar de tentar prever o que vai acontecer, concentramos nossa energia na consolidação das empresas em que investimos. E permaneceremos atentos às oportunidades.**

Gestores: Roberto Vinhães, Christiano Fonseca Filho e Ana Siqueira Dantas
1º de novembro de 2001.

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.

Índice

Novidades na InVent	3
Retrospectiva: 19 meses de IP.com	3
Situação Financeira	4
Evolução das cotas	4
Cenário	4
Perspectivas do IP.com	5
Portfolio de Investimentos	6
InVent S/A	6
Central de Desejos S/A	6
Comunique-se	6
MundoMedia S/A	7
O Carteiro Ltda.	7
Olé Mídia S/A	8
Via Global S/A	8
 Holding de Educação	9
Panorama do Setor	9
O que foi feito no trimestre	10
Aleatórias	10
Balancete	11

Novidades na InVent

A grande novidade, em termos de equipe, foi a escolha de Paula Fonseca para o cargo de CEO. Foram determinantes na escolha a experiência como empreendedora, o estreito relacionamento com empreendedores e equipe da InVent, as competências técnicas e o excelente desempenho como diretora da InVent, comprovado pela melhor performance no processo geral de avaliação 360º graus conduzido no grupo.

No campo de novos projetos, o destaque ficou por conta do lançamento do Comunique-se (www.comunique-se.com.br), portal voltado para profissionais de comunicação (jornalistas, assessores de imprensa e áreas de comunicação de empresas). A qualidade da implementação dos serviços e a receptividade positiva permitem encarar com otimismo o futuro deste projeto. Foi o primeiro em que nos associamos a sócios de uma empresa tradicional do setor para construir um novo negócio, apoiado pelas possibilidades oferecidas pela Internet. A InVent ofereceu sua experiência no processo de implantação de novos negócios e conceituação de produto e capital, enquanto os demais sócios, profundos conhecedores do segmento, aportaram experiência, contatos e conhecimento do setor, além de capital.

Retrospectiva: 19 meses de IP.com

A atividade de *venture capital* é intensiva em pessoas, o que torna fundamentais a sinergia e o alinhamento de interesses e de visão entre investidores e empreendedores. Atribuímos grande valor à retenção e ao incentivo a pessoas-chave em nossas empresas. Por isso os contratos de associação oferecem participações variáveis em função do desempenho das empresas e da contribuição dos empreendedores para este desempenho.

A Investidor Profissional é uma “empreendedora” com histórico de grande sucesso. Esta característica confere grande credibilidade junto a outros empreendedores e agrega muito valor na implantação da cultura empresarial das empresas do Fundo. A InVent, por sua vez, além do contato diário com as empresas, promove eventos mensais entre elas

(InVent Synergy). O objetivo é discutir temas de relevância para os empreendedores e desenvolver cultura empresarial em suas empresas investidas. No InVent Synergy de setembro, o convidado foi José Galló, presidente de Lojas Renner e membro do Conselho Consultivo da InVent. Os temas de sua exposição foram justamente a capacidade de empreender, o que incluiu relato de sua própria experiência, e a importância do desenvolvimento de uma cultura empresarial. A seguir, apresentamos alguns depoimentos de empreendedores de empresas da InVent.

“Em um mercado dinâmico como a Internet, crescer rápido e de forma organizada requer foco absoluto na operação. Se por um lado vivemos com um pé no acelerador, por outro precisamos nos certificar se a direção escolhida é a que vai agregar, em longo prazo, maior valor ao negócio. Na Central de Desejos, a relação de parceria com InVent e Investidor Profissional ajuda a calibrar nossa perspectiva estratégica. Pegamos carona na experiência e visão de negócio, respaldadas pelo histórico de empreendedorismo bem-sucedido da Investidor Profissional. É algo que nos permite pensar e repensar em como valorizar o ativo que construímos juntos. O que é mais valioso em nosso relacionamento é que não somos ‘apenas’ investidores e investidos. Nos vemos a todos como empreendedores. Isso promove um alinhamento natural e ajuda a manter o canal estratégia-operação sempre aberto. Ou seja, nossa relação está focada na criação de valor, e não na demarcação de espaços.” **Frederico Trigueiro, CEO da Central de Desejos**

“O fato de estarmos todos no mesmo barco, tanto nos momentos de calma quanto nos de tormenta, cria um pacto fundamental para o desenvolvimento de uma empresa start-up num mercado em formação. A InVent e a Investidor Profissional têm sido a bússola para nossas tomadas de decisão cotidianas e estratégicas no Via Global.” **Alex Pinheiro, CEO do Via Global**

“A InVent é uma empresa séria, que sabe administrar seus recursos nos bons e nos maus momentos. É algo que tem ficado especialmente claro nestes tempos de crise da Internet. Possui excelente capacidade de gestão e organização, agrega valor estratégico e mantém acompanhamento próximo e constante do negócio. Isso nos tranquiliza, e permite

que nos concentremos em nosso *business*.” **Rodrigo Azevedo, Diretor de Operações do Comuniqué-se**

A única dificuldade de relacionamento foi com empreendedores do Olé, o que levou a seu afastamento da empresa. Elsen Carmo, CEO desde maio, permanece à frente do projeto. O processo de *venture capital* envolve situações como essa. Gente é a variável fundamental neste tipo de empreendimento, tanto no que diz respeito à retenção dos “campeões” quanto no desligamento dos que não se adequam.

Situação Financeira

A posição de caixa não consolidada do **IP.com** era de R\$ 11,2 milhões, em 30 de setembro de 2001. O montante não inclui o caixa da Invent e de suas empresas investidas.

Evolução das cotas do IP.com

A cota do **IP.com** fechou o trimestre a R\$ 3,7 mil (R\$ 18,5 milhões de valor de mercado). A queda acumulada, desde fevereiro de 2000, mês de lançamento do Fundo, é de 63,0%. No trimestre, ela é de 24,5%.

Cenário

Ao longo dos 19 meses de vida do **IP.com**, investimos em 8 empresas. Integralizamos o capital de forma escalonada, a fim de comprovar o sucesso dos modelos e estratégias definidas e de realizar mudanças de rumo caso os caminhos inicialmente escolhidos não se mostrassem eficientes.

O conservadorismo não implica limitar oportunidades de conquista de mercado pelas empresas, já que estamos sempre atentos às oportunidades. O cenário atual mostra que é possível crescer a baixo custo. Para usufruir a oportunidade, introduzimos metas agressivas de crescimento em comum acordo com empreendedores. Em função do cumprimento parcial ou total das metas, eles terão suas participações acionárias alteradas. Mais uma vez, utilizamos mecanismos de alinhamento de interesses.

O agravamento do já difícil cenário internacional, com o chocante ataque terrorista aos EUA,

penalizou novamente as empresas focadas em Internet. Mais novas e mais frágeis, elas passaram a viver situações ainda mais dramáticas, o que provocou diversos fechamentos.

Como devem esperar os que acompanham a Investidor Profissional há mais tempo, continuamos focados nos fundamentos. Acima de tudo, administramos cuidadosamente nosso *staying power* (“para chegar em primeiro, primeiro é preciso chegar”). Remamos contra a maré no primeiro semestre de 2000, quando evitamos comprometer recursos num cenário onde muitos investiam grandes volumes em grande número de empresas. Da mesma forma, não compartilhamos hoje o pessimismo exacerbado. Utilizamos a solidez financeira e o foco em poucos projetos para que as empresas em que investimos continuem a progredir. Naturalmente, num cenário como esse, os maiores avanços são de natureza estratégica, estrutural e operacional. É importante destacar que, apesar disso, Via Global e Central de Desejos começam a fechar negócios de maior vulto.

Em relação a novos investimentos, conforme temos enfatizado em nossos relatórios, avaliamos constantemente oportunidades atrativas de aquisição de empresas, de modo a consolidar nossa atuação nos setores-foco. Observamos diversas alternativas de aquisição, mas a maioria oferece mais problemas (dívidas, ações na justiça, problemas trabalhistas, etc.) do que atrativos. Os empreendedores tentam a todo custo salvar suas empresas, e acabam levando-as a uma “situação-limite” de falência, ao invés de reservar caixa para pagar dívidas e encargos em caso de necessidade de fechamento.

Há “namoros” em curso, mas sua taxa de “mortalidade” costuma ser elevada. Estamos sempre atentos às oportunidades, mas a prioridade é o desenvolvimento orgânico dos projetos que já temos “em casa”. O que ocorre com mais frequência é a contratação, por empresas do **IP.com**, de profissionais egressos das que fecharam e/ou reduziram suas equipes.

O **IP.com** e a **InVent** analisaram 33 projetos no terceiro trimestre de 2001. Desde o lançamento do **IP.com**, foram analisados 1.432 projetos. Investimos em 8 deles.

Perspectivas do IP.com

Somos invariavelmente questionados se ainda vemos chance de o **IP.com** vir a apresentar resultados positivos à luz das atuais perspectivas e previsões econômicas. Sem dúvida, as mudanças de cenário foram drásticas desde o lançamento do Fundo. Por outro lado, quem é capaz de apontar períodos recentes de cinco anos que não tenham registrado mudanças drásticas de cenários e perspectivas?

É como diz o ditado popular: *“Change is inevitable. Except for vending machines.”*

Nossa visão das perspectivas macroeconômicas de médio prazo está sempre alinhada com a de Warren Buffett expressa em carta aos acionistas da Berkshire Hathaway:

“Political and economic forecasts are an expensive distraction for many investors and businessmen”.

Cabe destacar exemplos concretos. No início de 1999, no auge da crise da desvalorização do real, as previsões eram sombrias. Renomados bancos internacionais previam queda do PIB não inferior a 3% e um péssimo ano para a Bolsa de Valores. O PIB cresceu 0,8%, o Ibovespa subiu 152% e o FGV100 subiu 220%. Analogamente, era impossível encontrar um relatório pessimista no final de 1999 sobre as perspectivas do mercado acionário americano. Isso não quer dizer que estamos imunizados

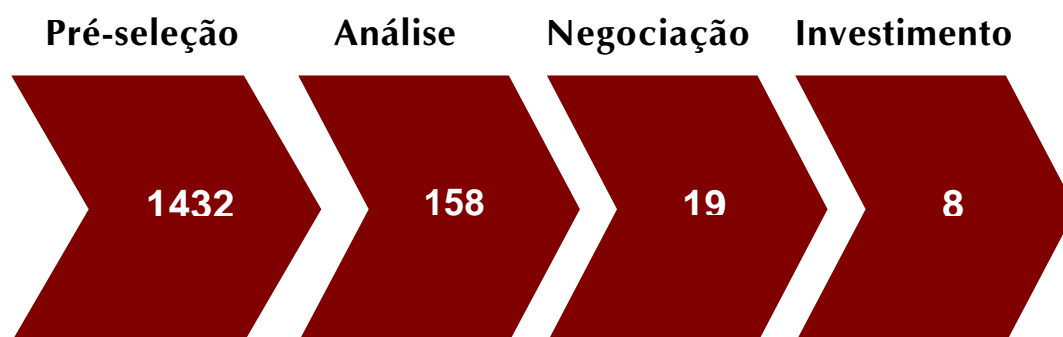
contra as condições macroeconômicas. Sabemos que elas são importantes nos momentos de investimento e desinvestimento, mas também aprendemos que podemos influenciá-las, embora não as possamos antever.

Para cumprir a missão de maximizar a relação retorno/risco, a melhor estratégia é: 1) investir quando o pessimismo é dominante e refletido em preços irracionalmente baixos; 2) conservar os recursos quando a euforia predomina, o que leva a preços incompatíveis com perspectiva de rentabilidade satisfatória em médio e longo prazos; 3) empenhar os melhores esforços para que as empresas em que investimos gerem o máximo de valor, de modo a construir posições estratégicas fortes.

É importante lembrar que o **IP.com** é um fundo fechado de 5 anos. Quer dizer, enquanto cuidamos de implementar a estratégia, três anos e meio transcorrerão. Até lá, é muito provável que uma nova fase positiva se apresente. O prazo é bastante razoável. Por isso, em lugar de tentar prever o que vai acontecer, concentramos nossa energia na consolidação das empresas em que investimos. E permaneceremos atentos às oportunidades.

Apresentamos, a seguir, relatórios de desempenho do terceiro trimestre das empresas que compõem a carteira do IP.com. Eles foram elaborados pelas empresas e por seus “sponsors”.

Figura 1: Fluxo de projetos (até o 3º trimestre 2001)



Portfólio de investimentos

InVent

(www.invent.com.br)

O amadurecimento e a aquisição de autonomia administrativa pelas empresas investidas permitiram que a InVent se posicionasse como holding de investimento em empresas de entretenimento e comunicação que utilizam a Internet como ferramenta.

Na prática, a empresa tem sido adaptada para reduzir a infra-estrutura disponibilizada aos empreendedores, com maior foco em planejamento e análise. O novo tag line é “InVent: a Internet que veio para ficar”. A idéia é fazer menção à solidez financeira e à obstinação no sucesso de suas empresas, *vis-à-vis* a situação geral do mercado. Para comunicar o posicionamento, será lançada campanha de mídia *online* na publicação semanal Meio&Mensagem. A InVent e as empresas que integram o *portfólio* chamarão atenção para os resultados de tráfego e alcance obtidos.

Os resultados têm sido positivos. As propriedades da InVent, somadas, atingiram 737 mil visitantes únicos em setembro, o que representa aproximadamente 10% dos usuários de Internet do Brasil. O número de cadastros alcançou 606 mil usuários, crescimento de 39% no trimestre. Cabe ressaltar que os números são auditados pela InVent, de acordo com critérios bem mais estritos que os de mercado.

As iniciativas de captura de sinergia entre as empresas investidas produziram resultados animadores no terceiro trimestre. São exemplos disso o quiz da Central de Desejos no Via Rio e a sessão de cartões virtuais produzida por O Carteiro e disponibilizada para o Olé, além de diversas operações conjuntas de e-mail marketing e *banners*.

Ao longo de agosto, concentramos esforços nas áreas de planejamento estratégico e definição de metas para as empresas. Em algumas, introduzimos objetivos agressivos de crescimento, com o intuito de usufruir a oportunidade de crescimento a baixo custo que o mercado oferece neste momento.

Em 10 de setembro, lançamos o Comunique-se (www.comunique-se.com.br), portal destinado aos profissionais de comunicação. O *website* é uma

ferramenta de trabalho para jornalistas e assessores de imprensa, e oferece serviços de comunicação empresarial para empresas e assessorias de imprensa.

Projetos em desenvolvimento: no relatório anterior, abordamos dois projetos. Um na área de B2B, já anunciado (Comunique-se), e outro na de mídia. O projeto da área de mídia foi descontinuado, sem custo, a não ser o tempo alocado da equipe da InVent. Neste trimestre, a InVent iniciou o desenvolvimento de um novo projeto. Ele congrega a “*engine*” e o *know how* de duas de suas empresas. Com isso, o custo de implantação e o aprendizado do projeto serão significativamente reduzidos, o que faz crescer as chances de sucesso.

Central de Desejos.com

(www.centraldedesejos.com)

Neste trimestre, Central de Desejos manteve taxa de crescimento da ordem de 18.000 novos cadastros/mês. Ao final de setembro, eles totalizavam 162 mil.

Central de Desejos possui hoje parcerias com 39 *websites* de *e-commerce*, que disponibilizam seus produtos no *website* da empresa. Destaca-se o contrato assinado com Americanas.com, por meio do qual Central de Desejos fornece a ferramenta ASP. Graças a ela, um ícone da Central de Desejos aparece junto a cada mercadoria exibida no *website* de Americanas, o que permite imediata inclusão na lista de desejos do usuário. A implantação da ferramenta está programada para outubro, quando deverá entrar no ar a nova versão do *website* da varejista.

O departamento de Marketing da empresa está focado em executar a estratégia, que consiste em aproveitar o Natal para conquistar posição de destaque no varejo *online*.

Comunique-se

(www.comunique-se.com.br)

O país contabiliza 50 mil jornalistas, profissionais de veículos de comunicação, departamentos de comunicação de empresas, empresas de assessoria de comunicação, órgãos governamentais e autônomos. Estes profissionais vivem em função do fluxo de informações das mais variadas fontes. Informa-

ções estas que precisam alcançar os destinatários almejados.

A Internet é uma ferramenta propícia a transformar-se em peça-chave no dia-a-dia dos jornalistas. E o Comunique-se quer ser o ponto de encontro de cada um deles na Internet. Para atrair estes profissionais, o *website* oferece conteúdo gratuito relevante: jornal com notícias da própria imprensa, sugestões de pauta oferecidas pelas empresas, bancos de personagens etc. Além de contar com equipe de jornalismo própria, o Comunique-se segue os princípios dos demais *websites* da InVent. Ou seja, disponibiliza também conteúdo gerado pelos próprios usuários e ferramentas para criação de comunidades virtuais.

O Comunique-se oferece ainda serviços pagos para auxiliar as empresas a atingir seus objetivos de comunicação. Estes serviços incluem detalhado banco de dados dos jornalistas que atuam no país, ferramentas de envio de *releases* para segmentos ou veículos específicos, pesquisas de opinião entre os jornalistas e *clipping online*, dentre outros.

O site posiciona-se como alternativa inovadora e eficiente num segmento que cresce a taxas elevadas. As principais empresas do setor experimentam importante crescimento de sua demanda, bem como de suas margens.

A InVent tem como sócios no projeto alguns dos sócios da FSB Comunicações, uma das maiores empresas de assessoria de comunicação do país. Ela presta serviços à InVent e às suas investidas há aproximadamente um ano. A complementaridade de conhecimentos e experiências da InVent, na área de gestão, e da FSB, na área de comunicação, conferem ao projeto importante diferencial competitivo.

Os primeiros resultados de tráfego são animadores. Ao longo do último trimestre deste ano, estaremos focados em aperfeiçoar o produto, gerar massa crítica e iniciar o esforço de venda dos serviços.

MundoMedia

(www.mundomedia.com.br)

Uma pesquisa com as principais agências de publicidade *online* identificou os maiores atrativos dos *websites* para seus anunciantes, além de servir

de base para reavaliação das categorias de *websites* afiliados à rede.

Também foi realizada pesquisa de satisfação dos *websites* da rede em relação aos serviços prestados pela MundoMedia. O resultado serviu para nortear a reestruturação interna das áreas de relacionamento com os *websites*. Conforme solicitado pelos *websites* afiliados durante a pesquisa, foi realizado o 1º Encontro dos *Websites* da Rede da MundoMedia, evento para promover a integração e agregar valor aos *websites*.

As vendas de mídia *online* cresceram 86% no trimestre, em comparação com o trimestre anterior. MundoMedia direcionou esforços para a venda de serviços de tecnologias afins, como *Aderving*. Estes serviços têm sido mais demandados pelo mercado e oferecem prazos de recebimento mais curtos. São importantes no que diz respeito à complementaridade estratégica. No terceiro trimestre, a venda destes serviços foi responsável por cerca de 61% do faturamento líquido. Adicionalmente, realizou-se mais um esforço de adequação da estrutura da empresa à realidade atual de mercado, o que contribuiu para reduzir custos e racionalizar a operação.

Ainda no trimestre, foram firmadas duas parcerias relevantes. Uma com a DoubleClick, maior *player* no mercado de soluções de mídia *online*, que se retirou do mercado nacional. Com o acordo, MundoMedia passará a oferecer serviços com a tecnologia DoubleClick no Brasil. Resta a Real Media como concorrente relevante. Sua controladora é a suíça PubliGroupe, que sinalizou no último relatório trimestral o fim da empresa como entidade independente.

O Carteiro

(www.ocarteiro.com)

O Carteiro é hoje o maior canalizador de audiência do *portfolio* da InVent. Os investimentos em tecnologia, realizados em julho, permitiram crescimento expressivo de tráfego em agosto e setembro. Os 225 mil visitantes únicos e 247 mil cartões enviados de julho converteram-se em 454 mil visitantes únicos e 487 mil cartões em setembro. O número de cadastros completos atingiu 178 mil ao fim

do período, de acordo com o IVC. O Carteiro torna-se, com isso, líder em seu segmento no Brasil.

Ao longo do trimestre, foi ao ar a nova versão do website. Os cartões estão classificados agora em diversas subcategorias, o que permite maior velocidade de localização. Outras melhorias foram o aprimoramento do caderno de endereços, a melhor organização geral da homepage e a maior exposição dos cartões no website, o que estimula o envio pelo usuário.

Também foi aprimorado o serviço corporativo, que permite enviar malas diretas pela Internet. Sua apresentação a clientes potenciais já teve início.

É desenvolvido ainda um pacote de serviços pagos para os usuários do website. Ele inclui novas funcionalidades, além de um inédito serviço de produção e postagem de cartões físicos. Os assinantes do serviço poderão escolher e enviar cartões até para quem não é usuário da Internet.

Os contratos com BMG, Magazine Luiza e Columbia Tristar Pictures vêm sendo renovados, e em setembro foi veiculada uma campanha especial da companhia aérea Gol. A equipe comercial prepara-se intensamente para o Natal, período mais promissor para a empresa em termos de tráfego e receita.

Olé

(www.ole.com.br)

A exploração do potencial do Olé foi longamente prejudicada pela dificuldade de relacionamento com antigos empreendedores. A solução do problema foi o desligamento destes profissionais em outubro. Antes disso, em maio, havíamos contratado Elsen Carmo para o cargo de CEO. Seu desempenho tem sido excelente. Um dos pontos fortes é a capacidade de execução e de liderança. Graças a ela, a equipe está motivada e coesa.

Diante da dificuldade de obtenção de receita de mídia, principal fonte de receitas, os custos foram substancialmente reduzidos. Aguarda-se uma melhora do mercado.

A transferência da sede para o Rio aprimorou a sinergia com as demais empresas do *portfólio* da InVent. Também se registrou substancial melhora na comunicação com os usuários e no aperfei-

çoamento da navegabilidade, o que colaborou para um expressivo aumento do tráfego. Os usuários únicos, que eram 57 mil no final de junho, passaram a 86 mil no final de setembro. O crescimento foi de 51% no trimestre.

Via Global e Via Net

(www.viario.com.br,

www.viasampa.com.br,

www.viapoa.com.br,

www.viacuritiba.com.br,

www.viabh.com.br,

www.viabrasilia.com.br) e

(vianet.viario.com.br)

O ViaGlobal tem como desafio o desenvolvimento de massa crítica em outras praças. A idéia é replicar a bem-sucedida experiência do ViaRio.

Atualmente, os *websites* do ViaGlobal cobrem seis das principais cidades brasileiras.

A prioridade é levar o ViaSampa a níveis de utilização à altura do porte daquele mercado. Os esforços para aumentar sua utilização revelaram-se eficazes. Em setembro, houve 2,9 mil comentários, crescimento de 93% em relação a agosto.

A boa aceitação do Via Net pelos donos de estabelecimentos do Rio motivou o ViaGlobal a direcionar esforços para melhorar o produto. A equipe responsável pela gestão do Via Net foi reforçada em setembro. Também se realizou uma pesquisa com seus assinantes, cujos resultados permitirão aperfeiçoar o serviço, de forma a expandir a base e agregar mais valor aos assinantes.

Outra fonte de receita desenvolvida pelo ViaGlobal é a venda de conteúdo para aplicações *wireless*. A empresa já fornece este tipo de conteúdo para a Telefônica, e identifica no produto imenso potencial de crescimento a médio prazo.

A partir de parceria com uma empresa especializada em mapas digitais, os *websites* da Via Global (à exceção do Via Brasília) passam a contar com serviços de mapa, o que facilita evidentemente a localização das atrações publicadas.

O estoque publicitário de *banners* disponível até dezembro foi integralmente vendido para veiculação de campanhas da Bavária e da Eletronuclear.

Na trilha de sucesso do “ViaRio Guia de Restaurantes do Rio de Janeiro – 2001”, lançado em julho, a ViaGlobal deve apresentar novos lançamentos até o final do ano. São eles o “ViaSampa Guia de Restaurantes de São Paulo – 2002” e o “ViaRio Guia de Pousadas e Motéis do Rio de Janeiro – 2002”, além da versão 2002 do guia de restaurantes cariocas.

Com marca a cada dia mais forte e tráfego de centenas de milhares de usuários únicos/mês, a empresa caminha para cumprir a missão de tornar-se a rede da indústria de entretenimento no Brasil.

Holding de Educação

Panorama do Setor

Como a área é nova no *portfolio* de investimentos, vamos abordá-la mais detalhadamente neste e nos próximos relatórios.

A evolução recente de empresas americanas do setor de educação aponta para um processo de transformação relacionado a quatro fatores: 1) inovação tecnológica; 2) profissionalização de gestão; 3) acesso a capitais; 4) fusões e aquisições. O item 4 refere-se principalmente a editoras, segmento mais adiantado em termos de acesso a mercado de capitais.

No último relatório, discutimos inovação tecnológica. Procuramos verificar de que forma tecnologias digitais renovam processos educacionais tradicionais, além de atender às novas demandas do indivíduo em sua vida e em seu trabalho.

Neste relatório, vamos privilegiar fatores como profissionalização de gestão e acesso à capital, com ênfase para as diferenças e similaridades entre os mercados americano e brasileiro.

De acordo com o Departamento de Educação Americano, o setor movimentava aproximadamente US\$ 800 bilhões. Onze por cento do total estão relacionados a iniciativas com fins lucrativos. No Brasil, estimativas da Investidor Profissional indicam que o setor movimentava R\$ 64 bilhões anuais, dos quais 34% resultado de iniciativas privadas. Se considerarmos atividades com fins lucrativos, os percentuais brasileiros e americanos se assemelham, já

que muitas instituições privadas (universidades católicas e colégios vinculados a ordens religiosas) não possuem fins lucrativos. Tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos as empresas de educação são em geral numerosas, pequenas (mercado fragmentado), familiares (pouca profissionalização da gestão) e não negociadas em Bolsa de Valores.

No Brasil, a única empresa de educação listada em Bolsa de Valores é a Saraiva Livres, no sub-segmento de editoras. Nos Estados Unidos, ainda que também seja pequena a participação no mercado de capitais, há empresas listadas de diferentes segmentos. Dentre elas, editoras, universidades, empresas de administração escolar terceirizada, de treinamento de professores, de educação suplementar (reforço para alunos com dificuldade) e de testes (como os nossos “provões”, só que aplicados de forma descentralizada por estados e em diversas séries escolares).

No segmento de universidades no mercado americano, destacamos a Apollo Group, empresa listada na bolsa americana desde 1994. Seu principal negócio é a Universidade de Phoenix, cuja receita cresceu em média 30% ao ano nos últimos cinco anos. A University of Phoenix possuía, em 2000, cerca de 100 mil alunos, tendo apresentado receitas de US\$ 610 milhões. Sua margem de lucro também aumentou substancialmente, de 4%, em 1994, para 12%, em 2000. A evolução se deve aos ganhos de escala e profissionalização de gestão, associados ao acesso ao mercado de capitais. No caso da University of Phoenix *Online*, resultado de *spin off* da Apollo Group, os números são ainda mais atraentes, com margens de lucro de 17% em 2000.

Estas universidades beneficiaram-se do foco dirigido para um público que valoriza tanto qualidade de ensino quanto conveniência e flexibilidade. É a população americana com mais de 25 anos, já inserida no mercado de trabalho e que não dispõe de tempo nem de dinheiro para cursar universidades tradicionais.

Não imaginamos que um modelo como o da Apollo Group alcançaria sucesso no Brasil. Há de se considerar o nível de renda do brasileiro, assim como outras peculiaridades do mercado nacional. O que queremos mostrar é que negócios com estraté-

gia bem definida e qualidade operacional geram oportunidades, principalmente num país em crescimento e com inúmeras demandas não atendidas (a educação é uma delas).

O que foi feito no trimestre

A equipe do **IP.com** realizou grande esforço de prospecção de negócios. Isso incluiu participação em seminários e feiras, visita às empresas do setor e contato com profissionais da área de RH das empresas. Até mesmo este relatório nos tem sido útil na prospecção de projetos. No trimestre passado, uma proposta americana nos chegou por indicação de um dos leitores.

Também se iniciou o desenvolvimento de projeto que utiliza a expertise da equipe de Internet e alinha parcerias com consultores/empresas detentores de competências específicas.

O projeto está fundamentado em dois pressupostos cruciais para uso de Internet na educação: modelos que complementem os existentes e uso de material relevante, agradável e interativo no processo de aprendizagem. Pela complementaridade com modelos tradicionais existentes, ele certamente agregará valor a outros investimentos no setor. A expectativa é de que seja lançado oficialmente em 2002.

Aleatórias

“A organização é acima de tudo social. São pessoas. Seu propósito deve ser o de tornar eficazes os pontos fortes das pessoas, e irrelevantes suas fraquezas.” **Peter Drucker**

”You must learn what is important and train yourself to ignore the rest.” **Phillip A. Fischer - Common Stocks and Uncommon Profits.**

“Good luck happens when opportunity meets preparation. People can control opportunity only up to a point but they can control preparation almost entirely.” **DLJ, Portfolio Manager’s weekly, August 25, 1995.**

“The trouble with following the herd is stepping in what it leaves behind.” Ditado popular

“A rising tide lifts all yachts. A sinking tide reveals who was swimming naked.”

“According to China Ventures, there are about 9 million internet users in China. The Ministry of Education of China has required that all teachers become proficient with computers and the internet before the end of 2005. Guiding the education investment is the idea that China’s future is not about money, but about power. If knowledge is power, then educating the people will empower the nation. The ability to control access to knowledge will also be a means of power.” **Upside Magazine, September 2001**

“O melhor modo de promover sonhos e objetivos é lançar pequenas idéias com grande potencial, apresentar modelos positivos e proporcionar recursos para a conversão de pequenos projetos em grandes negócios.” **Jack Welch**

”Atuação deve sempre buscar soluções, não justificativas.” **José Galló**

IP.com: Balancete Geral Resumido em 28 de setembro de 2001 (R\$)

Ativo	58.367.674,71	Passivo	58.367.674,71
Disponibilidades	3.911,51	Taxa de Adm a Pagar	396.393,75
LFT	11.231.911,68	Credores Diversos no País	230,85
Debêntures Invent	29.144.259,65	Patrimônio Líquido	57.971.050,11
Ações Invent	19.994.997,00	Cotas	50.000.000,00
Provisões (para a próxima valorização da quota contábil)	(2.015.730,17)	Lucros Acumulados 01jan01 a 29jun01	3.310.655,29
Outras rendas a receber	7.473,99	Lucros Acumulados 22fev00 a 30jun00	2.074.501,78
Despesas antecipadas (diferimento despesa taxa CVM)	851,05	Lucros Acumulados 01jul00 a 31dez00	2.585.893,04

Não é preciso aguardar o próximo relatório trimestral para receber notícias sobre os investimentos. Visite o site do IP.com e tenha acesso a informações atualizadas.

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) 820-6064 - Fax: (11) 820-7087

e-mail: 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 as vendas, 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 serão negociadas na Bovespa, o 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 pág. 5 deste Relatório 1, disponível no site do Fundo, 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