

INVESTIDOR
PROFISSIONAL

IP.com

O primeiro “.com” da Bovespa

Relatório de Gestão 12

3º TRIMESTRE DE 2002

Introdução

O principal evento do trimestre foi a incorporação de parte das atividades da Mundo Media à InVent, com a extinção daquela empresa. Além de abordar esta questão estaremos, como sempre, comentando a evolução das empresas do portfólio.

À crise do segmento de Internet somou-se neste terceiro trimestre o agravamento da crise brasileira em função da incerteza política. Neste cenário, o nível de dificuldades para o crescimento dos negócios foi ampliado, resultando, por um lado, na continuidade da evolução abaixo do desejável e por outro lado, numa ampliação da vantagem relativa de nossas propriedades, fruto do conservadorismo adotado.

Os dados relativos ao crescimento de usuários e do comércio eletrônico reforçam a constatação de que, ao contrário do que muitos podem ser levados a crer pelos comentários gerais, a Internet vem de fato apresentando crescimento e impacto esperados. As expectativas de retorno financeiro é que, por terem sido levadas a níveis estratosféricos, vêm sendo frustradas. A condução dos negócios tem sido pautada pela priorização da capacidade de sobrevivência dos negócios que melhor posição estratégica conquistaram de forma que estes tenham os recursos necessários não apenas para atingirem o equilíbrio financeiro mas também para acelerar suas atividades no momento em que o cenário mostre-se mais favorável.

No dia 9 de novembro foram publicadas notas no Jornal do Brasil e no Estado de S. Paulo contendo afirmações em relação à gestão do IP.com com as quais não podemos deixar de discordar. O assunto é abordado em maiores detalhes neste relatório.

Gestores: Roberto Vinhães, Christiano Fonseca Filho e Ana Siqueira Dantas

14 de novembro de 2002

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

Introdução	1
Esclarecimento	3
Portfólio de investimentos	4
MundoMedia	4
Via Global	4
Comunique-se	4
O Carteiro	4
CentralCom	5
Crescimento de Receitas, o grande desafio	5
Evolução das cotas do IP.com	6
Perspectivas	6
Balancete Geral Resumido	7
Aleatórias	7
Informações	8

Esclarecimento

No dia 9 de novembro foram publicadas notas no Jornal do Brasil e no Estado de S. Paulo contendo afirmações em relação à gestão do IP.com com as quais não podemos deixar de discordar.

A nota do JB menciona suposições "...altos salários pagos aos gestores (sic)..." e diz que "Após três anos do início do fundo, nunca foi realizada nenhuma reunião com os setecentos cotistas...". A do Estado de S. Paulo afirma que "... o fundo simplesmente fechou investimentos - o Olé e o Mundo Media - nos quais havia investido mais de R\$ 10 milhões, sem dar qualquer satisfação aos cotistas".

A atividade de *venture capital* é um grande desafio. As dificuldades de implantar novos negócios são grandes, fato ilustrado pelas estatísticas que demonstram que, num fundo de sucesso, algo em torno de 50% dos projetos que recebem investimentos quebram e apenas 10% são amplamente bem sucedidos e têm que responder pelo grosso da rentabilidade final. Quando somamos a isto um ambiente tão adverso como o vivido nos últimos anos, as tensões entre sócios nos projetos tendem a aumentar. Ao longo do tempo temos que administrar uma série de conflitos, por vezes com pessoas que acham que o simples fato de as empresas terem a participação de um fundo bem capitalizado deveria fazer com que adotássemos uma postura mais leniente na condução de seus negócios.

Sem entrar no mérito de tais notas terem sido publicadas no mesmo dia e com teor semelhante, é fato que dos mais de 700 investidores devam existir alguns insatisfeitos com a nossa gestão. Afinal, sempre os há. No início do fundo, por exemplo, fomos bastante criticados por estarmos investindo em ritmo lento; decisão que o tempo, contudo, provou ter sido sensata. Aliás, vale lembrar que ao longo destes mais de 10 anos de história nunca havíamos sido objeto de matérias negativas.

Antes de mais nada, consideramos importante destacar que a Investidor Profissional tem na transparência um dos seus mais importantes valores. Fomos os primeiros e continuamos a ser os únicos a fazer reuniões públicas "cara a cara" com os cotistas dos fundos, além de termos sido os primeiros a fazer relatórios de gestão detalhados com periodicidade regular (mensal para o IP-Participações e trimestral para o IP.com, IP-Global e IP-Exportadoras).

Se em alguns momentos deixamos de divulgar determinadas informações, foi sempre em benefício do fundo, cuja carteira é composta por participações em empresas fechadas, de porte relativamente pequeno e que competem com gigantes. Em certos casos, o fator surpresa pode ser uma arma fundamental. Trata-se de uma situação completamente diferente do IP-Participações, que, por investir somente em empresas listadas

em bolsas de valores, lida primordialmente com informações necessariamente públicas.

Não obstante estes aspectos, além das apresentações feitas durante o processo de lançamento do IP.com, foram feitas duas apresentações subsequentes aos cotistas (uma no Rio e outra em São Paulo) e duas assembleias, sem contar dois "InVentD@ys", também um no Rio e outro em São Paulo. Adicionalmente, mantemos uma seção do site da Investidor Profissional dedicada ao fundo que é atualizado sempre que há informações relevantes e procuramos atender da melhor forma possível os cotistas que buscam informações, respeitando naturalmente as regulamentações quanto a informações privilegiadas e a interesses estratégicos das empresas investidas (e, portanto, dos cotistas).

Além de ser normal o fechamento de empresas objeto de investimentos de *venture capital*, a afirmação do Jornal do Brasil e do Estado de S. Paulo de que não houve esclarecimento acerca do encerramento das atividades do Olé e da Mundo Media não procede. Ambos foram objeto de artigo postados no site do Fundo IP.com em 07/03/2002 e 01/10/2002, respectivamente, e lá continuam desde então. Soma-se a isto o fato de que o encerramento do Olé foi objeto de seção do Relatório Trimestral # 10 do IP.com, de 7 de maio do corrente, e o da Mundo Media é comentado neste relatório, o primeiro desde o fato. Passando à questão dos supostos altos salários pagos aos gestores, é importante deixar claro que o IP.com, assim como qualquer outro fundo regulado pela CVM, não tem qualquer funcionário, não fazendo portanto qualquer sentido a afirmação.

Feitos estes esclarecimentos, seria ingênuo supor que alguém pudesse estar satisfeito com a evolução do preços de negociação em mercado das cotas do IP.com desde o lançamento. É fato que a queda dos preços é da ordem de 70%. Cabe lembrar, no entanto, que não só o fundo sobreviveu enquanto a maioria dos demais veículos de investimento em Internet desapareceram como ainda tem mais de 40% do patrimônio captado em caixa (consolidado); propriedades que ainda podem dar alegrias e uma curva de necessidades de caixa com tendência claramente favorável. Também é digno de nota que tal preço de mercado, como a maioria dos demais ativos, encontra-se deprimido pelas incertezas gerais por que passa nosso país e especialmente o setor de empresas vinculadas à Internet. Há ainda que se lembrar que *venture capital* é uma categoria de investimento de risco, como o próprio nome diz e sempre fomos enfáticos em colocar (ver Relatório 1, de dezembro de 1999).

Por fim, gostaríamos de acrescentar que nós, Roberto Vinhaes e Christiano Guimarães Fonseca Filho, principais sócios da Investidor Profissional, somos também os maiores cotistas pessoas físicas do IP.com e, por nele acreditar, nunca vendemos uma cota sequer.

Portfólio de investimentos

MundoMedia

A razão para o encerramento das atividades da Mundo Media foi a constatação de que além do mercado de mídia em geral, e *online* em especial, estar muito ruim, a premissa básica do modelo de negócios da MundoMedia era de aglutinar audiências dos sites para venda.

O que observamos foi que, ao longo dos últimos tempos, houve desaparecimento da grande maioria dos sites. A empresa ainda tentou um novo posicionamento que foi oferecer serviços personalizados de maior valor a um menor número de clientes, mas os resultados indicavam, na melhor das hipóteses, uma evolução mais lenta do que o desejável e um modelo de negócio pouco escalável, incompatível com os objetivos do fundo.

Ao mesmo tempo em que a Mundo Media não se mostrou viável como empresa, as empresas InVent necessitavam de alguns serviços que eram por ela prestados. Com isto, no sentido de reduzir os custos inerentes à manutenção de uma empresa (contabilidade, auditoria, etc), alguns membros da equipe foram absorvidos pela InVent, que passa a ter formalmente um departamento comercial a serviço exclusivamente das suas propriedades. Uma das evoluções possíveis é que algumas destas pessoas venham a se “especializar” em determinadas propriedades e acabem por integrar suas respectivas forças de vendas próprias. Este movimento de pessoas que passam pela InVent e acabam migrando para as subsidiárias tem ocorrido com relativa frequência com excelentes resultados. Elas levam consigo um reforço à padronização de importantes conceitos e processos organizacionais, reduzindo custos e aumentando a produtividade.

Em paralelo a isto, no 3o trimestre a InVent priorizou esforços para sistematizar e padronizar os processos de suporte à atividade comercial das empresas, como, por exemplo, geração e qualificação de *leads* e acompanhamento do ciclo de venda. Foram promovidas reuniões periódicas com os principais executivos das áreas comerciais no intuito de fomentar oportunidades cruzadas de venda de produtos, de serviços e de mídia.

A seguir apresentamos um breve relato dos avanços das empresas no trimestre.

Via Global

O Via Global lançou neste trimestre a “edição piloto” de um novo guia impresso, o ‘Via Sampa Guia de Bares & Cafés’, versão 2002. Para o 4o trimestre estão previstos lançamentos da versão 2003 dos seguintes títulos: Restaurantes Rio, Restaurantes São Paulo, Bares & Cafés Rio, Bares & Cafés São Paulo. As edições de 2002 venderam um total de mais de 60.000 exemplares, tendo se constituído na principal fonte de receita da em-

presa. A expectativa é de que este fato se repita em 2003, com resultados ainda melhores. Não só esperamos vender mais, como a empresa está em vias de trazer para si boa parte da distribuição e do risco editorial, o que naturalmente implica em maiores margens.

Além das receitas diretas, a existência dos guias impressos tem possibilitado ao Via Global oferecer soluções que envolvem diversas mídias, aumentando sua atratividade como alternativa de exposição para anunciantes de diversos segmentos. Foi o que aconteceu com a recém-lançada cachaça Veritas, que comprou uma edição de guias impressos personalizados, além de exposição no informativo ‘ViaGlobal Net Informa’, publicação especializada direcionada aos operadores de restaurantes do eixo São Paulo-Rio e dos sites da empresa. Ainda neste trimestre foram vendidas tiragens de guias impressos para empresas como Sul América, Banco Real e Companhia Brasileira de Petróleo Ipiranga. Os guias impressos do Via Global têm a cada dia aumentado a sua vocação para se tornarem referência como o Zagat no mercado americano e o Michelin na França.

Em setembro, os sites do Via Global tiveram 477 mil visitantes únicos, uma audiência expressiva, principalmente quando consideramos a especialização da mesma e quando constatamos que isto representa um crescimento de 58% comparado à audiência de setembro de 2001.

Comunique-se

O Comunique-se completou um ano no ar em setembro e tem apresentado desempenho comercial relativamente próximo ao planejado. As receitas da empresa cresceram em todos os trimestres e o portal conquistou parcela significativa da comunidade de jornalistas nos principais veículos do país. A versão nova do site, lançada em junho, possibilita uma maior participação da comunidade na geração de conteúdo, o que tem contribuído para a atratividade do portal. Já são mais de 2 mil comentários mensais espontâneos, feitos pela sua comunidade.

A empresa tem conseguido vender boa parte de seu estoque de impressões a preços acima da média do mercado de mídia *online*, devido à alta qualificação e à capacidade de formação de opinião de sua audiência.

O Carteiro

A empresa continua a apresentar crescimento de tráfego, tendo atingido mais de 1,6 milhões de visitantes únicos em setembro de 2002, com um crescimento de 250% em relação ao mesmo mês do ano anterior. Segundo os critérios do IBOPE, que mede estatisticamente a audiência domiciliar, a propriedade ficou em segundo lugar em audiência no mês na categoria de cartões virtuais. O número de assinantes do serviço pago de cartões da empresa também tem aumentado continuamente,

mostrando ser possível, ao longo do tempo, construir uma importante fonte de receitas desta natureza, em adição àquelas de mídia.

Se, por um lado, O Carteiro é a única empresa que já atingiu o *breakeven*, por outro lado é também a única que ainda não atingiu a liderança de sua categoria. Nossa intenção é aumentar o investimento na companhia visando acelerar seu crescimento e com isto maximizar seu valor.

CentralCom

Após um longo período de conversas, a CentralCom fechou acordo com o portal Terra, envolvendo o *site* Central de Desejos, que passou a ser a primeira de nossas propriedades a integrar um portal horizontal. Por este acordo, o *site* migra para o portal, impulsionando mutuamente suas audiências e oportunidades comerciais ao adotar um regime de partilhamento de receitas e custos. O fato de ter sido o *site* de *e-commerce* de maior tráfego no Natal de 2001 certamente foi um fator positivo neste acordo. Este Natal representará mais uma oportunidade para que a propriedade conquiste um espaço de cada vez maior destaque no cenário do *e-commerce* brasileiro.

Há que se ter em mente, no entanto, que a crise da Internet pegou o mercado local em estágio bem menos avançado que o americano, o que resultou numa quantidade relativamente pequena de *players* de *e-commerce* relevantes no curto prazo. Este fato vem impactando negativamente a capacidade da propriedade em monetizar adequadamente sua inegável relevância estratégica e de tráfego.

Em seguida ao lançamento da nova versão do Elefante, a CentralCom realizou uma promoção direcionada às áreas de mídia das maiores agências de propaganda do eixo Rio - São Paulo. Os objetivos de visibilidade junto aos profissionais, que decidem a alocação de verbas publicitárias, foi atingido e a retomada do crescimento das atividades comerciais do Elefante está em curso. Considerando-se seu posicionamento único no mercado de agendas *online*, sua massa crítica de mais de 1 milhão de usuários e a incontestável força da marca, é razoável supor que em 2003 tenhamos boas notícias.

Após a redução da demanda por desenvolvimento de produtos com o lançamento da versão nova do Elefante e uma vez já estabilizada a adição de novas funcionalidades ao *site* da Central de Desejos, a CentralCom se prepara para focalizar ainda mais suas energias na área comercial.

Crescimento de Receitas, o grande desafio

A composição do desafio intrínseco de introduzir novos produtos e serviços com a grande crise que se abateu sobre o país em decorrência das incertezas políticas vêm fazendo com que a evolução dos resultados financeiros venha sendo abaixo do esperado. Um problema adicional é que o ceticismo geral em relação à Internet, decorrente das frustrações financeiras mencionadas acima, acaba por impactar ainda mais negativamente a receptividade dos produtos e dos serviços das empresas, num processo que acaba tornando uma percepção em realidade.

No entanto, sempre é bom ressaltar que este cenário também leva a ampliação da vantagem relativa de nossas propriedades, fruto da combinação de capacidade, trabalho e determinação dos empreendedores e do conservadorismo adotado. Continuamos a orientar a condução dos negócios priorizando a capacidade de sobrevivência daqueles que conquistaram melhor posição estratégica, de forma que estes tenham os recursos necessários não apenas para atingirem o equilíbrio financeiro, mas também para acelerar suas atividades no momento em que o cenário mostre-se mais favorável.

Esta evolução fica clara ao constatarmos que, no mês de setembro, as empresas do IP.com tiveram 2,8 milhões de visitantes únicos em seus *sites*, o que representa um crescimento de 380% em relação aos 737 mil em setembro de 2001. Estes dados correspondem a medição feita pela InVent e cada usuário conta apenas uma vez, independentemente do número de *sites* que tenha visitado no período.

Sob a ótica financeira é interessante colocar que de um lado os desembolsos consolidados (despesas + custos + investimentos) do sistema InVent caíram 24% nos 9 primeiros meses (incluídos custos de reestruturações e desativações) enquanto as receitas operacionais líquidas consolidadas (critério caixa [1]) cresceram 246%. Esta alta taxa de crescimento não chega a ser motivo de festa já que representa comparação com as bases de receitas de 2001, que eram bem baixas, por serem inferiores às esperadas. Mas certamente a tendência da curva de geração de caixa está na direção certa. Se desconsiderarmos eventuais novos investimentos ou a opção pela aceleração do crescimento das empresas do portfólio, acreditamos que é bastante provável a continuidade desta tendência.

Sugestão: ... não chega a ser motivo de festa se compararmos com as bases de receitas de 2001, que eram baixas eram bem baixas. Mas, certamente, a ten-

(1) Damos maior ênfase aos dados de receita pelo critério de caixa em relação aos contábeis por entendermos que, principalmente em estágios iniciais, são mais determinantes da evolução das empresas. Naturalmente analisamos cada projeto individualmente; para cada modelo de negócio há um sistema gerencial mais adequado ao monitoramento da "saúde" e evolução das atividades.

dência da curva de geração de caixa está na direção certa. Se desconsiderarmos eventuais novos investimentos ou a opção pela aceleração do crescimento das empresas do portfólio, acreditamos que é bastante provável a continuidade desta tendência.

Evolução das cotas do IP.com

A cota do IP.com fechou o trimestre em R\$ 2,8 mil que equivale a R\$ 14 milhões de valor de mercado. A quantidade de negócios continuou baixa, tendo ocorrido 42 transações no trimestre envolvendo 71 cotas (1,42% do total) a um preço médio de R\$ 3,1 mil/cota, o que representa uma queda 72% em relação ao preço de lançamento de R\$ 10.000 em fevereiro de 2000.

Perspectivas

O número de “usuários domésticos ativos [2]” da Internet no Brasil eram 7,7 milhões em setembro. Comparado com setembro de 2001, o crescimento foi de 26,2%. A pesquisa é do Ibope, e não contempla a audiência mais relevante sob o ponto de vista transacional - os que acessam a Internet do trabalho.

Neste momento é interessante resgatar as projeções feitas em 1999 pela International Data Corporation para número de usuários de Internet no Brasil, apresentada no Relatório 1, considerando tanto usuários domésticos quanto os que acessam do escritório, excluindo-se as duplicidades:

1997	1.033.719
1998	2.349.472
1999	3.260.178
2000 Est	4.214.433
2001 Est	5.428.266
2002 Est	6.461.608
2003 Est	7.459.716

Por seu lado o comércio eletrônico no mercado americano atingiu US\$ 20 bilhões no 1o semestre deste ano, após ter atingido US\$36 bilhões em todo o ano de 2001, segundo o Departamento de Comércio Americano. Sem dúvida muita coisa mudou desde 2000. Os varejistas aprenderam a como utilizar melhor o comércio eletrônico e este aprendizado tem rendido frutos. Muitos já perceberam a importância da Internet como canal de vendas e a sua capacidade de influenciar comportamento de seus clientes e têm incorporado o uso da Internet na

sua estratégia de marketing e comercial. Um exemplo é o fato de que aproximadamente 50% dos compradores *online* da NeimanMarcus moram em áreas onde não há lojas físicas da cadeia.

Os exemplos de adoção do comércio eletrônico não ficam limitados a algumas cadeias. Estatisticamente a sua adoção é relevante. A DMA (The Direct Marketing Association), associação de marketing direto americano, realiza anualmente pesquisa sobre comércio eletrônico no mercado americano. A sua quinta edição, finalizada em 18 de setembro, contou com respostas de 694 empresas que vendem ou para consumidor final ou para empresas. Esta pesquisa traz informações relevantes sobre o *e-commerce* e o uso de mídia online:

Dentre as empresas pesquisadas, 81% possui um *site* por pelo menos 2 anos.

As empresas estão investindo mais em desenvolvimento dos seus *sites* do que em promoção dos mesmos. A prioridade é que os clientes tenham uma experiência *online* muito boa [3].

Atualmente as empresas conseguem entender bem melhor a dinâmica do comércio eletrônico e como elas podem obter escala para maximizar seus resultados. 55% das empresas entrevistadas que utilizam o comércio eletrônico disseram que estão tendo lucro com a atividade.

Segundo 61% dos entrevistados, a possibilidade de acessar novos clientes ou segmentos é o maior benefício do uso de mídia *online*. Outros benefícios mencionados: aumento de visibilidade, novas oportunidades de negócios e redução de custos.

Os *sites* das empresas têm sido muito utilizados para se relacionar com clientes: 75% das empresas entrevistadas possuem o seu *site* integrado à sua comunicação via telefone e fax. Ou seja, as empresas adotaram a Internet como importante fonte de comunicação.

Estes dados ressaltam mais uma vez a constatação de que, ao contrário do que muitos podem ser levados a crer pelos comentários gerais, a Internet vem de fato apresentando crescimento e impacto esperados. As expectativas de retorno financeiro é que, por terem sido levadas a níveis estratosféricos, vêm sendo frustradas. Todas as decisões vêm sendo tomadas de forma a maximizar as possibilidades de que este caixa seja suficiente não só para levar as empresas ao *breakeven*, como também para permitir um crescimento mais acelerado tão logo as condições de mercado tornem-se mais favoráveis.

Dados preliminares relativos ao orçamento de 2003 mostram que existe a possibilidade de operar o sis-

(2) Número de usuários que acessaram a Internet pelo menos uma vez por mês em casa. Ver relatório passado para nossos comentários sobre a distorção provocada pela exclusão dos usuários que acessam do trabalho.

(3) Já verificamos alguns casos em que os resultados de geração de leads por parte da Central de Desejos para sites de comércio eletrônico eram muito bons e o número de compras baixo. Ao experimentarmos os sites em questão constatamos que o uso frequente efetivamente tornava a consumação da operação praticamente impossível. O atraso neste aspecto é a nosso ver um dos principais “freios” no crescimento das vendas online no Brasil.

tema dando continuidade ao crescimento orgânico com um desembolso líquido de caixa da ordem de R\$5 milhões. Ao compararmos este dado com o caixa consolidado de mais de R\$ 20 milhões em 30 de setembro, é fácil concluir que de fato estamos tendo êxito em nosso objetivo de preservar a capacidade de sobrevivência dos projetos que vêm apresentando melhores resultados.

Em um cenário de mercado de crise tão profunda e generalizado como o que vivemos recentemente, o desafio de crescer as receitas das empresas é maior em função dos seus potenciais clientes estarem conduzindo seus negócios a uma velocidade bem menor e mais avessos a experimentar novos serviços. Esta é uma realidade de mercado que não temos como modificar. Mas podemos nos aproveitar dela com a solidez financeira que paciente e meticulosamente construímos para conquistar maior penetração no mercado, seja através da aceleração do crescimento orgânico dos projetos existentes, seja através de aquisições de *players* menos sólidos que apresentem *fit* estratégico com nossas propriedades. Em paralelo, o que temos feito visando reduzir os efeitos negativos deste cenário negativo nas empresas do nosso portfólio é, além de forçar um grande controle de custos, um grande trabalho de abertura de

portas visando auxiliá-las na construção de relacionamentos que resulte ao longo do tempo na conquista de novos clientes.

2002 foi um ano especialmente “morno” em termos de decisões empresariais em função da seqüência de eventos Carnaval, Copa, Eleições, Mudança de Governo. Já 2003, além do fato de não termos maiores eventos programados, será o primeiro ano do novo Governo. Haverá novidades a serem digeridas, mas a necessidade de tomada de decisões será maior. Muitas já vêm sendo proteladas há bastante tempo e o tom do Governo para pelo menos os próximos 4 anos será dado em breve.

Por hora o máximo que podemos afirmar é que estamos cautelosamente otimistas e nos comprometemos em apresentar no próximo relatório um “especial” de Ano Novo com uma análise mais detalhada. Até lá.

Aleatórias

Esta já foi citada inúmeras vezes por nós, mas a cada dia que passa é mais tempestiva: “Para chegar em primeiro, primeiro é preciso chegar”.

IP.com: Balancete Geral Resumido em 31 de outubro de 2002 (em R\$)

Ativo	66.416.962,85	Passivo	66.416.962,85
InVent	55.993.764,22	Tx de Adm a Pagar	343.573,37
LFT	11.526.466,78	Patrimônio Líquido	66.073.389,48
Caixa	738,08		
Provisões	(1.104.006,23)		
(para a próxima valorização da quota contábil)			

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. Aaulfo de Paiva 255, 9º andar
Rio de Janeiro - RJ - Brasil - 22440-030
Telefone: (55 21) 2540-8040
Fax: (55 21) 2540-8018

faleconosco@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:
 - 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, do valor obtido com as vendas, 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 fundos de investimentos fechados.

Divulgação das Cotas

- As cotas serão calculadas e divulgadas semestralmente.
- Pelo fato do Fundo investir em empresas do segmento de internet, cujo valor contábil ou de aquisição 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 Mellon Brascan, à Investidor Profissional ou no site www.ipcom.com.br