



## **RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2005**

31/03/2006

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	3
1 - Estratégia de Crescimento .....	3
2 - Mercado de Capitais.....	4
3 - Política econômico-financeira do Brasil .....	5
DISCUSSÃO E ANÁLISE DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES	
FINANCEIRAS .....	6
1 - Cenário Macroeconômico.....	6
2 - Mercado de T.I.....	7
3 - Performance Financeira .....	13
4 - Setores de Atuação .....	18
4.1 - e-Commerce e Conteúdo .....	19
4.2 - Wireless .....	22
4.3 – Infra-Estrutura e Desenvolvimento de Software .....	24
4.4 – Idéias Ventures .....	26
5 - Perspectivas para o Futuro .....	29

## **INTRODUÇÃO**

Após a conclusão da operação com o Banco Pactual no final de 2004, a IdeiasNet foi ao mercado e captou recursos com êxito no montante aproximado de R\$ 20 milhões.

Desde o início do ano de 2005 a IdeiasNet alterou sua característica de abordagem aos analistas e investidores do mercado de capitais: (i) Portfólio – o portfólio de investidas da IdeiasNet ficou mais maduro – além das empresas vindas do Fundo Pactual Internet terem faturamentos mais relevantes, **o foco de novos investimentos da IdeiasNet ficou mais voltado ao *Private Equity* do que *Venture Capital***; (ii) Caixa para Investimentos – nessa rodada de captação a IdeiasNet levantou recursos para novos investimentos, tanto no portfólio da época quanto em novos projetos; (iii) Sócios – além da continuidade do incentivo e investimento do Grupo Lorentzen e do Pactual, alguns administradores de recursos especializados em *Small Caps* – Fama Investimentos, Hedging Griffó, Banco Prosper, Máxima Asset Management e Mercatto Gestão de Recursos – adquiriram participações minoritárias na IdeiasNet e (iv) Melhora nos fundamentos – as empresas do portfólio tiveram um forte crescimento (70% em 2005, sem considerar aquisições) e tanto os fundamentos quanto as perspectivas para os anos futuros continuam muito positivos.

Ao longo do ano de 2005, a IdeiasNet investiu em dois novos projetos – Braspag e Trinn – e comprou participação na Officer, uma das principais distribuidoras de produtos de informática do país, utilizando a ação IDNT3 como “moeda de troca” e assim comprovando ser um veículo de investimentos de longo prazo em Tecnologia da Informação no Brasil.

### **1 - Estratégia de Crescimento**

A estratégia para manutenção do crescimento elevado de faturamento, geração de caixa e resultado das empresas que compõe o portfólio da IdeiasNet para os anos futuros baseia-se em 4 (quatro) pilares fundamentais: (i) crescimento orgânico das empresas do portfólio – as empresas tiveram um crescimento de 70% quando comparados os faturamentos de 2004 e 2005, sem considerar novas aquisições que ocorreram durante o ano de 2005; (ii) consolidação de empresas cujos setores a IdeiasNet já possui investimentos – em 2005 ocorreram algumas operações neste modelo como Spring Wireless comprando a colombiana Sysgold, a fusão das cariocas Dotcomm e Advice Net e da paulista Tange criando a Addcomm e a inauguração da nova filial da Softcorp em Curitiba, fruto da compra da revenda Netsan na cidade; (iii) investimentos em empresas com perfil de *Venture Capital* – empresas com apostas de crescimento forte em curto prazo e resultado relevante no médio e longo prazos; e (iv) aquisições de empresas de T.I. complementares ao portfólio da IdeiasNet e com perfil de *Private Equity* – utilização do modelo aplicado na compra de 50% da Officer.

Sobre a compra da Officer podemos elencar quatro grandes razões para tal operação:

1. Officer – a empresa por si só é uma grande oportunidade de negócio. Foi considerada pela revista EXAME INFO200 de 2005 como a “Maior e Melhor empresa de distribuição de produtos de informática do Brasil”. E tem crescido constantemente desde 1994 num CAGR de 51%.
2. Canal de distribuição – a Officer possui o melhor canal de distribuição de produtos de informática do país, contando com 15 mil revendas na sua base de dados. Existe uma sinergia operacional incrível entre este “canal” e as demais empresas do portfólio da IdeiasNet.
3. Patamar da IdeiasNet – o volume de vendas projetado para o ano de 2005 – considerando 100% das empresas do portfólio – era aprox. R\$ 170 milhões, mas ainda não muito relevante para o mercado financeiro em geral. Com esta aquisição, o mesmo valor para o ano ficou acima de R\$ 650 milhões – com a Officer faturando acima de R\$ 480 milhões – representando um crescimento de 555% quando comparado ao ano anterior. Tal evolução fez com que a IdeiasNet mudasse de patamar e entrasse no “radar” de vários analistas, investidores e fundos de investimentos que antes não analisavam a IdeiasNet por falta de relevância.
4. Comprovação de Estratégia – com esta operação comprovamos o modelo de longo prazo para aquisição de novas empresas utilizando a ação IDNT3 como “moeda de troca”. Emitimos ações de IDNT3, não desembolsamos nenhum caixa, e adquirimos um percentual acentuado na Officer.

Continuamos buscando sempre antecipar tendências e nos posicionar da melhor maneira possível dentro dos nossos segmentos de atuação. Entendemos que a *holding* tem a capacidade de descobrir ótimas oportunidades de investimentos, selecionar empresas com grande potencial de crescimento e contribuir para acelerá-lo. Acreditamos que os seguintes setores serão focos de atenção nos próximos anos: (i) mobilidade *wireless*; (ii) mídia digital; (iii) serviços de valor agregado para operadoras de celular; (iv) disponibilização de banda para comportar fluxo sobre IP; (v) tecnologia de voz sobre IP (VoIP); (v) meios de pagamentos em *e-Commerce*; (vi) plataformas e serviços de *e-Commerce*; e (vii) gestão de infra-estrutura de T.I.. Também acreditamos que o crescimento do *e-Commerce* continuará consistente à medida que a sociedade for vencendo seus preconceitos em relação à segurança de transações eletrônicas e à medida que novos consumidores ingressem no mercado. É importante salientar que a IdeiasNet já tem investimentos em empresas que atuam nos segmentos citados acima, e que a intenção é continuar antecipando tais movimentos para nos posicionarmos como *first movers* e também *first to scale*.

## **2 - Mercado de Capitais**

Além de estratégias consistentes, buscamos o que sempre foi prioritário desde nossa criação – *Governança Corporativa* – implementando as melhores práticas de gestão em todas as empresas do grupo, participando em todos os conselhos de administração das empresas, mais ativamente nas mais relevantes, e sempre valorizando a transparência

das informações. Adicionalmente, passamos a dar um *disclosure* maior de nossos dados, primando pelo respeito aos minoritários.

Ao transformar nossas estratégias em negócios concretos, buscamos maximizar valor para nossos acionistas, para continuarmos sendo percebidos como o veículo de investimento de longo prazo em T.I. no Brasil.

Outro fator determinante para a melhora na expectativa do mercado em um futuro próximo com relação à valorização da IDNT3 foi a abertura de capital em 2005 e 2006 de mais três empresas de T.I. na Bovespa – Submarino em março, UOL em dezembro de 2005 e Totvs em março de 2006. Com isso, surge algo como um “novo setor” no mercado de capitais a ser analisado e servir como base comparativa para as demais por vir: o setor de Tecnologia de Informação.

Para o portfólio de investimentos da IdeiasNet ser melhor apresentado ao mercado de capitais, as empresas foram segregadas em 4 (quatro) setores de T.I.: *e-Commerce* e Conteúdo, *Wireless*, Infra-estrutura e Desenvolvimento de *Software* e *Venture Capital* (Idéias Ventures). Com a presença nesses diversos setores de tecnologia a IdeiasNet é capaz de diversificar os riscos iminentes no investimento em T.I., pois não concentra suas forças num segmento específico e sim no setor de T.I. como um todo.

A expectativa para o ano de 2006 é positiva para as empresas de tecnologia. Esta tendência foi também observada pela revista Exame, que na sua edição de 01 de março de 2006, em matéria de capa “Onde investir em 2006”, apontou a IdeiasNet como a 4ª melhor opção de rentabilidade em investimentos na Bovespa para o ano de 2006.

### **3 - Política econômico-financeira do Brasil**

A maior proteção do Brasil contra crises externas e a política monetária mais consistente demonstram que o ambiente macroeconômico do país está bastante favorável, mantendo assim o espaço aberto para a continuidade do aquecimento no mercado de capitais. Apesar de 2006 ser um ano eleitoral, acreditamos que o mercado de Tecnologia da Informação se beneficiará com a economia estável e com o apetite dos investidores, nacionais e internacionais, que buscam alternativas em mercados com crescimento sustentado – como o de T.I. – num país que faz parte dos BRIC’s – Brasil, Rússia, Índia e China, que são países apontados como de elevada expectativa de crescimento.

## **DISCUSSÃO E ANÁLISE DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS**

### **1 - Cenário Macroeconômico**

Em 2005 o Brasil manteve os seus principais fundamentos econômicos consistentes, de forma que obtivemos os seguintes resultados expressivos para a economia: (i) Proteção contra crises externas; (ii) Aumento do superávit da Balança Comercial (em comparação com 2004); (iii) Manutenção da política de austeridade fiscal; (iv) Taxa de inflação decrescente.

No que diz respeito às variáveis externas, o Brasil encontra-se numa situação favorável quando comparado com alguns anos atrás. O excelente desempenho da balança comercial, que obteve um superávit de US\$ 45 bilhões no ano, juntamente com a redução da dívida interna atrelada à variação cambial – aproximadamente US\$ 49 bilhões – e a redução do interesse das empresas em renovar as dívidas externas em vencimento proporcionam ao país uma maior proteção contra possíveis crises externas. Acreditamos que os principais motivos de atenção estão relacionados principalmente com a economia norte-americana, sendo eles: (i) O déficit crescente na conta-corrente dos Estados Unidos – já ultrapassa 6,3% do PIB; (ii) absorção americana de 70% dos fluxos internacionais de capitais; (iii) continuação da alta taxa básica de juros nos EUA.

Além dos fatores norte-americanos citados, existe um outro possível desencadeador de uma crise externa: o desequilíbrio econômico mundial. Aparentemente há um excesso de poupança, em relação à absorção interna, em certas regiões do mundo – Ásia, grandes exportadores de petróleo e, em menor grau, na zona do Euro e em diversos países latino-americanos – e uma falta de poupança em outros países, particularmente os Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Nova Zelândia.

Em relação à política fiscal, o atual governo vem cumprindo com as metas de superávit primário – atualmente o resultado está acima de 5% do PIB. É possível melhorar algumas questões relacionadas ao assunto como o alto percentual de títulos pós-fixados no total da dívida interna e a estrutura previdenciária. A isenção de impostos para investimentos estrangeiros em títulos públicos é uma boa notícia para economia em 2006, facilitando a entrada de capital no país e aumentando fôlego da moeda brasileira frente ao dólar.

No que tange a política monetária, os resultados têm sido bastante positivos, uma vez que os índices de inflação vêm apresentando uma trajetória decrescente. Utilizado pelo Banco Central como índice de referência para a inflação, o IPCA apresentou uma inflação de 5,7% em 2005, inferior à de 2004 que foi 7,6%. A autoridade monetária continua bastante focada num ambiente de estabilidade de preços, não permitindo que as expectativas inflacionárias sejam diferentes das metas definidas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN). Acreditamos que neste ano haverá uma significativa redução da taxa Selic – atualmente a maior taxa real do mundo – seguindo a estratégia

do governo Lula. Porém, esta decisão dependerá de alguns fatores econômicos, principalmente o comportamento da taxa de câmbio.

Sendo 2006 um ano eleitoral, é fundamental que mencionemos os efeitos que as eleições poderão ter sobre a economia. O cenário para as eleições deste ano ainda é bastante incerto, porém, com relação à política econômica, o que está se delineando é que os estragos ocorridos em 2002 (risco país e câmbio subindo de maneira significativa) não se repetirão. O atual presidente entende que para sustentar sua imagem para reeleição, após as polêmicas denúncias de corrupção contra o governo, deve manter a condução da política econômica. O crescimento da massa salarial, com o reajuste do salário mínimo, e o pagamento da dívida com o FMI demonstram as intenções de um político que gostaria de assumir o país em 2007 com a economia equilibrada. Devemos ressaltar que o país está numa situação mais consistente que em 2002, o que lhe dá mais fôlego para enfrentar as oscilações da economia mundial em 2006.

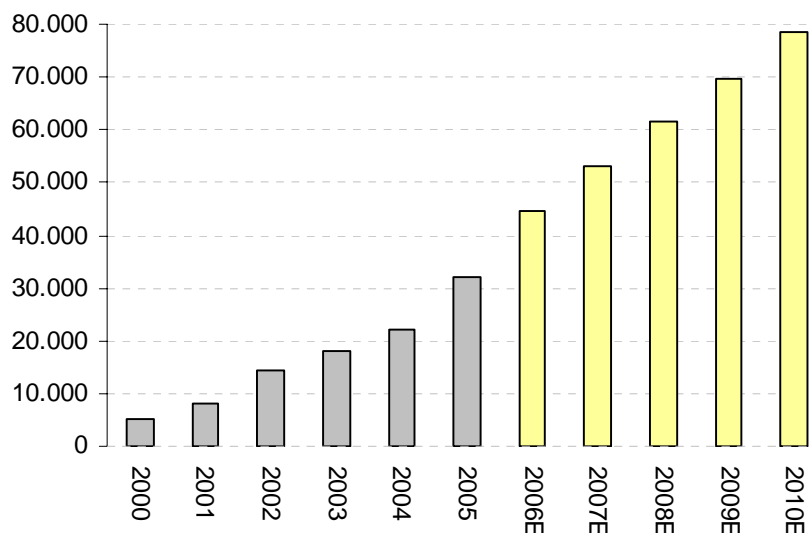
## **2 - Mercado de T.I.**

Após a retomada da confiança dos investidores em 2004, o mercado brasileiro de Tecnologia da Informação apresentou em 2005 uma continuidade no seu crescimento, refletido no aumento do número de usuários de Internet, de *e-Commerce* e de celulares.

Atualmente no Brasil a Internet atinge 32,1 milhões de pessoas que vivem, estudam ou trabalham em locais com acesso à rede. Porém apenas 16,6% da população possuem computador em casa. Dentre estas pessoas há uma alta concentração de usuários das classes A e B, devido ao maior poder aquisitivo.

Desta forma, podemos observar uma alta exclusão digital no país, visto que 68% da população nunca acessaram a Internet. Alguns programas de inclusão tecnológica vêm sendo desenvolvidos pelo Governo Federal através de projetos que estimulam o acesso a computadores, como “PC de Marca” e “Computador Para Todos”. A penetração ainda é baixa, mas a tendência é que ela cresça significativamente nos próximos anos.

**Nº de usuários de Internet no Brasil (milhares)**



Fonte dos dados: ONU. Estimativas: Nielsen NetRatings, e-Bit e Forrester.

O aprimoramento do nível de segurança dos meios de pagamento via Internet, juntamente ao crescimento do número de usuários da rede têm contribuído para o forte desenvolvimento do *e-Commerce*, que obteve um faturamento de R\$ 2,5 bilhões no país, aumento de 43% em relação a 2004, segundo a e-Bit. A expectativa das vendas no comércio eletrônico em 2006 é de R\$ 3,9 bilhões, sem considerar as vendas de passagens aéreas, automóveis e leilão virtual. Segundo a mesma fonte, o setor registrou um total de 4,8 milhões de consumidores em 2005 – crescimento de 45% em relação ao ano anterior.

**Faturamento do e-Commerce (R\$ 000)**



Fonte: e-Bit.





Fonte: e-Bit.

As transações virtuais realizadas entre empresas e nos mercados independentes (e-marketplaces) atingiram R\$ 267,6 bilhões em 2005 no Brasil, valor 37% superior ao movimentado em 2004. Este crescimento deveu-se tanto à manutenção dos investimentos e projetos de tecnologia quanto ao bom desempenho macroeconômico do país. De acordo com as entidades que medem o índice B2Bol – *Business to Business Online* – a expectativa de crescimento é de mais de 30% entre 2006 e 2007.

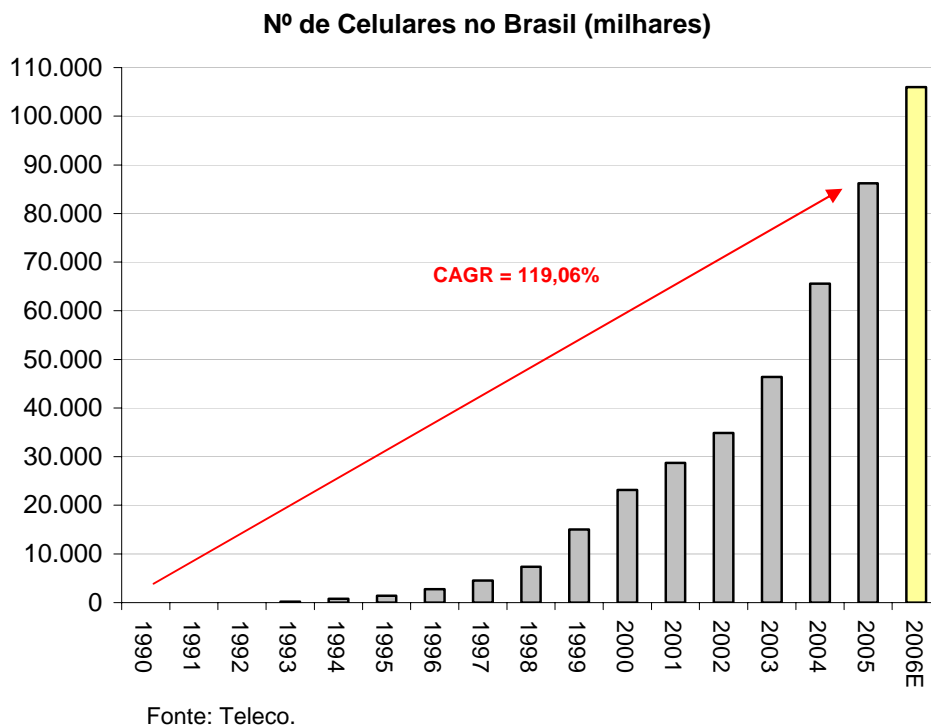
Pela primeira vez em dez anos, o mercado cinza – responsável pela venda ilegal de equipamentos de informática – apresentou queda no Brasil, indo de 74% no final de 2004 para 60% no final de 2005 segundo o IDC. Esta foi uma das maiores conquistas do setor de T.I. no ano, fato previsto devido à concessão do Governo de isenção tributária de PIS e Cofins para computadores de até R\$ 2,5 mil que, na prática, significa uma redução de 9,25% nos custos.

Os esforços do Governo não se limitaram aos incentivos fiscais. As ações coordenadas entre Polícia Federal, Polícia Rodoviária e Receita Federal têm sido fundamentais para redução do contrabando, o que favorece o aumento da venda legal de equipamentos.

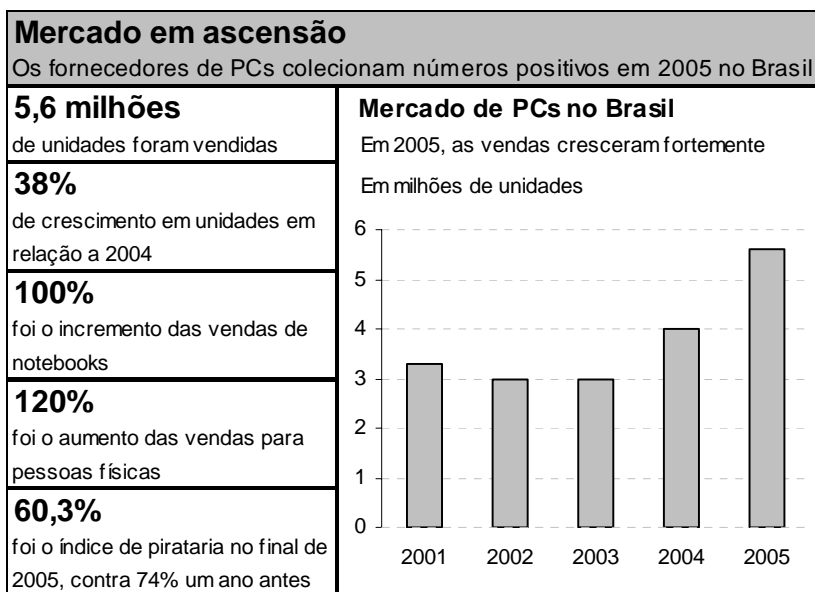
No mercado de telecomunicações, a telefonia celular teve um crescimento de 31,4% em 2005, atingindo um total de 86,2 milhões de usuários. Este resultado indica um acréscimo de 20,6 milhões de celulares no ano, alcançando uma penetração superior a 46% da população.

Para 2006, a projeção da Teleco é de um crescimento de 23%, chegando a 106 milhões de usuários. Apesar de aproximadamente metade da população brasileira possuir um telefone celular, a maioria dos assinantes utiliza o sistema pré-pago (80,85% em dezembro de 2005), fazendo com que as operadoras de telefonia móvel busquem clientes mais rentáveis (assinantes pós-pagos) e fontes de receita alternativas. A solução vem sendo oferecer diversos Serviços de Valor Agregado (SVA) que possibilitam um aumento da receita média por usuário – ARPU, sigla em inglês – que em setembro de 2005 era de R\$ 24,50, segundo dados da Anatel. Existe uma distorção

relevante entre o ARPU dos clientes pós-pagos e dos clientes pré-pagos, onde o pós-pago tem valor geralmente 4 a 5 vezes maior que o pré-pago. Para fins de análise consideramos que todo cliente corporativo de solução *wireless* tem forma de pagamento como cliente pós-pago, portanto tem um ARPU que gira em torno de R\$ 110,50.



Entre 1985 e 1999, foram vendidos no Brasil cerca de 15 milhões de computadores. Desde 2001 estima-se a venda de 20 milhões de PC's no país, sendo que só no ano de 2005 observou-se a comercialização de 5,6 milhões de unidades.



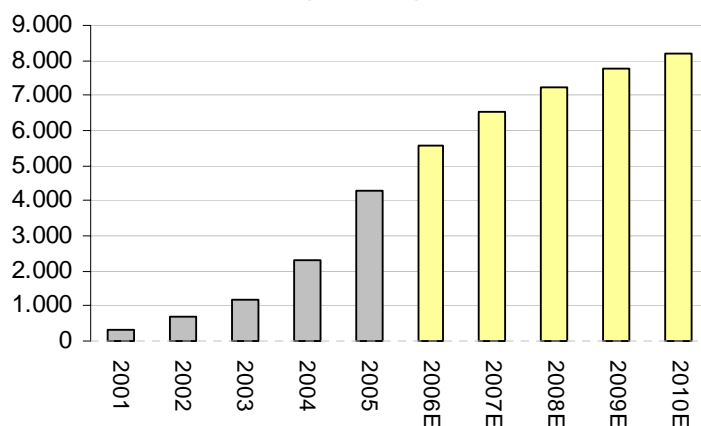
Fonte: IDC.

A expectativa é que a penetração de computadores siga a mesma tendência de crescimento que a penetração de celulares apresentou na população brasileira. Os computadores pessoais atingem somente 16,6% dos brasileiros, o que indica um grande espaço para o desenvolvimento do mercado em questão.

Além da telefonia móvel, outra área em grande expansão é a conexão de computadores pessoais por *wi-fi*, principalmente voltada para o mercado corporativo. Essa evolução tecnológica permite que as informações circulem de forma segura e em tempo real em qualquer lugar do planeta, facilitando expressivamente procedimentos diários de qualquer empresa.

A banda larga vem apresentando um alto crescimento do número de usuários, sendo este mais expressivo na comparação entre Dez/2004 e Dez/2005, onde registrou um aumento de 85%. Acreditamos que existe um forte potencial de expansão da base de assinantes, dado que apenas 13% dos usuários de Internet no Brasil acessam a rede através da banda larga.

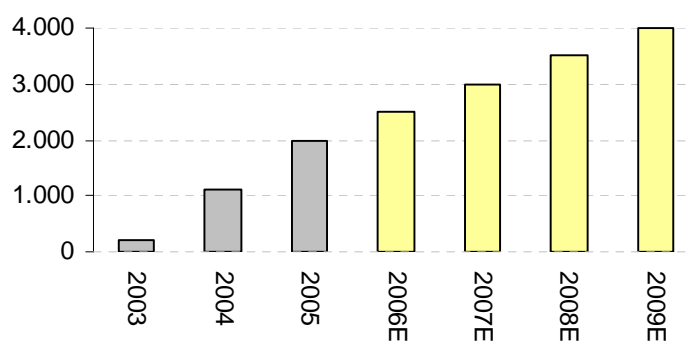
**Nº de usuários de Banda Larga no Brasil  
(milhares)**



Fonte: Operadoras e Teleco.

A tecnologia de voz sobre IP – VoIP – destacou-se em 2005 pela sua penetração crescente no mercado de telecomunicações. Este crescimento deve-se, principalmente, aos ganhos econômicos proporcionados pela comunicação de voz através da banda larga. Além da maior demanda pelos serviços de VoIP, esta tecnologia representou um dos maiores acontecimentos de 2005 no mercado mundial de T.I., através da venda do Skype para o Ebay por um valor que pode variar de US\$ 2,6 bilhões até US\$ 4,2 bilhões. Segundo um estudo do IDC a expectativa é que o número de usuários de VoIP no Brasil dobre até 2009.

**Nº de usuários de VoIP no Brasil (milhares)**



Fonte: IDC.

A expansão dos usuários de banda larga está abrindo espaço para criação de novos serviços como a TV pela Internet, por exemplo. A convergência de voz, vídeo e dados está cada vez mais evidente como promessa para grandes futuros negócios no mercado de T.I..

Com base no exposto acima, acreditamos que 2006 será mais um ano de grandes investimentos no setor de T.I., seguindo a tendência do mercado devido à recuperação das empresas de Internet, após a crise ocorrida no início desta década.

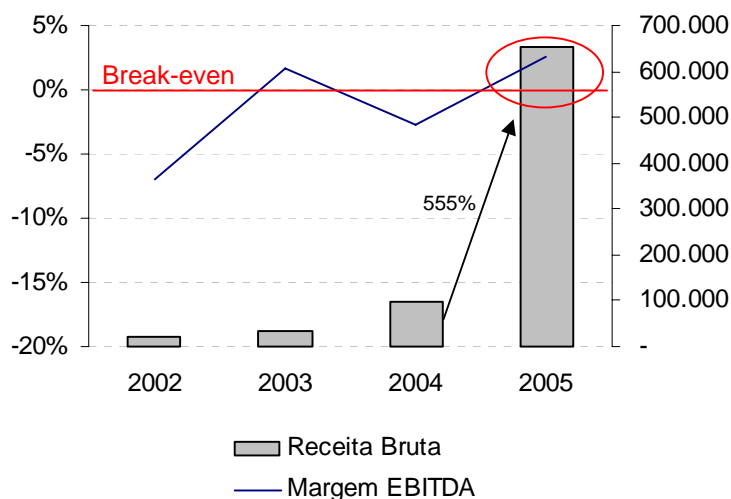
### **3 - Performance Financeira**

Considerando que a IdeiasNet possui 100% das investidas do portfólio e que os dados financeiros das empresas começam a fazer parte do consolidado a partir da entrada da IdeiasNet na sociedade, o faturamento consolidado das empresas cresceu 555% em 2005, atingindo a casa dos R\$ 650 milhões, conforme demonstrado abaixo:

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>RECEITA BRUTA</b>	<b>22.909</b>	<b>32.481</b>	<b>99.427</b>	<b>652.052</b>
(-) Impostos e deduções	(945)	(1.140)	(10.161)	(121.191)
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>21.963</b>	<b>31.341</b>	<b>89.266</b>	<b>530.861</b>
Custos de Mercadorias Vendidas	(18.826)	(26.789)	(61.003)	(419.879)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>3.138</b>	<b>4.552</b>	<b>28.264</b>	<b>110.982</b>
Margem bruta	14%	14%	28%	17%
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>	<b>(4.744)</b>	<b>(3.995)</b>	<b>(30.992)</b>	<b>(93.885)</b>
Gerais e administrativas	(4.744)	(3.995)	(30.880)	(92.900)
Outras despesas	0	-	(113)	(985)
<b>(=) EBITDA</b>	<b>(1.606)</b>	<b>557</b>	<b>(2.729)</b>	<b>17.098</b>
Margem Ebitda	-7%	2%	-3%	3%
.Depreciação	(452)	(973)	(3.628)	(3.185)
<b>(=) EBIT</b>	<b>(2.058)</b>	<b>(416)</b>	<b>(6.357)</b>	<b>13.913</b>
.Resultado Financeiro Líquido	(779)	(316)	(2.756)	(4.020)
<b>(=) EBT</b>	<b>(2.837)</b>	<b>(732)</b>	<b>(9.112)</b>	<b>9.893</b>
(-) Resultado Não Operacional	-	(73)	(1.295)	(11.510)
(-) IR&CS	-	(15)	(100)	2.272
Participações nos lucros	(0)	-	-	(386)
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>(2.837)</b>	<b>(821)</b>	<b>(10.508)</b>	<b>269</b>

Obs: Valores em R\$ 000.

No gráfico abaixo podemos analisar o crescimento das vendas com aumento da margem EBITDA quando comparadas ao ano anterior.



Considerando os percentuais efetivos que a IdeiasNet possui em cada uma das investidas, o mesmo estudo realizado acima gera a planilha abaixo:

	2002	2003	2004	2005
<b>RECEITA BRUTA</b>	<b>9.235</b>	<b>13.155</b>	<b>32.290</b>	<b>293.274</b>
(-) Impostos e deduções	(319)	(408)	(2.863)	(55.310)
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>8.916</b>	<b>12.748</b>	<b>29.427</b>	<b>237.963</b>
Custos de Mercadorias Vendidas	(7.580)	(10.842)	(21.163)	(193.618)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>1.336</b>	<b>1.905</b>	<b>8.265</b>	<b>44.345</b>
Margem bruta	14%	14%	26%	15%
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>	<b>(2.206)</b>	<b>(1.766)</b>	<b>(9.257)</b>	<b>(37.839)</b>
Gerais e administrativas	(2.206)	(1.766)	(9.204)	(37.532)
Outras despesas	0	-	(54)	(307)
<b>(=) EBITDA</b>	<b>(870)</b>	<b>140</b>	<b>(993)</b>	<b>6.506</b>
Margem Ebitda	9%	1%	-3%	2%
. Depreciação	(296)	(460)	(1.183)	(1.123)
<b>(=) EBIT</b>	<b>(1.165)</b>	<b>(320)</b>	<b>(2.176)</b>	<b>5.383</b>
. Resultado Financeiro Líquido	(509)	(195)	(741)	(948)
<b>(=) EBT</b>	<b>(1.674)</b>	<b>(514)</b>	<b>(2.918)</b>	<b>4.435</b>
(-) Resultado Não Operacional	-	(31)	(411)	(5.363)
(-) IR&CS	-	(7)	(24)	350
Participações nos lucros	(0)	-	-	(86)
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>(1.674)</b>	<b>(553)</b>	<b>(3.352)</b>	<b>(665)</b>

Obs: Valores em R\$ 000.

O novo patamar alcançado pela IdeiasNet deve-se principalmente à aquisição da Officer Distribuidora.

O resultado da IdeiasNet no ano de 2005, desconsiderando o resultado não-operacional, seria R\$ 4,7 milhões. O resultado não operacional consiste nos ajustes ao valor de estoque da Officer, que por conservadorismo a IdeiasNet julgou ideal realizar no momento de sua entrada, e na perda referente ao sinistro ocorrido no ano de 2005, também na Officer. É importante salientar que esses valores não operacionais ocorreram antes da entrada da IdeiasNet na sociedade.

Para facilitar o entendimento, separamos, abaixo, as demonstrações de resultado por setor de atividade:

	e-Commerce e Conteúdo			Wireless			Infra e Software		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
<b>RECEITA BRUTA</b>	<b>12.504</b>	<b>25.511</b>	<b>276.474</b>	<b>416</b>	<b>2.115</b>	<b>5.166</b>	<b>235</b>	<b>4.663</b>	<b>11.634</b>
(-) Impostos e deduções	(355)	(1.945)	(52.473)	(30)	(217)	(443)	(22)	(700)	(2.395)
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>12.149</b>	<b>23.566</b>	<b>224.002</b>	<b>386</b>	<b>1.898</b>	<b>4.723</b>	<b>213</b>	<b>3.963</b>	<b>9.239</b>
Custos de Mercadorias Vendidas	(10.726)	(18.305)	(185.793)	(117)	(1.098)	(2.810)	-	(1.759)	(5.015)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>1.423</b>	<b>5.261</b>	<b>38.208</b>	<b>269</b>	<b>800</b>	<b>1.913</b>	<b>213</b>	<b>2.204</b>	<b>4.224</b>
Margem bruta	11%	21%	14%	65%	38%	37%	91%	47%	36%
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>	<b>(1.203)</b>	<b>(5.344)</b>	<b>(32.336)</b>	<b>(343)</b>	<b>(1.313)</b>	<b>(2.247)</b>	<b>(220)</b>	<b>(2.600)</b>	<b>(3.255)</b>
Gerais e administrativas	(1.203)	(5.362)	(32.018)	(343)	(1.313)	(2.247)	(220)	(2.529)	(3.266)
Outras despesas	-	17	(318)	-	-	(0)	-	(71)	11
<b>(=) EBITDA</b>	<b>221</b>	<b>(84)</b>	<b>5.872</b>	<b>(73)</b>	<b>(513)</b>	<b>(334)</b>	<b>(7)</b>	<b>(396)</b>	<b>969</b>
Margem Ebitda	2%	0%	2%	-18%	-24%	-6%	-3%	-8%	8%
.Depreciação	(182)	(397)	(495)	(269)	(499)	(327)	(9)	(287)	(301)
<b>(=) EBIT</b>	<b>39</b>	<b>(481)</b>	<b>5.377</b>	<b>(343)</b>	<b>(1.012)</b>	<b>(661)</b>	<b>(16)</b>	<b>(683)</b>	<b>667</b>
.Resultado Financeiro Líquido	(94)	(299)	(224)	(97)	(68)	(48)	(4)	(374)	(676)
<b>(=) EBT</b>	<b>(55)</b>	<b>(780)</b>	<b>5.152</b>	<b>(440)</b>	<b>(1.081)</b>	<b>(709)</b>	<b>(20)</b>	<b>(1.057)</b>	<b>(8)</b>
(-) Resultado Não Operacional	(32)	(345)	(5.010)	1	(1)	(326)	-	(64)	(27)
(-) IR&CS	-	(24)	(345)	-	-	-	(7)	-	695
Participações nos lucros	-	-	0	-	-	-	-	-	(87)
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>(87)</b>	<b>(1.149)</b>	<b>(203)</b>	<b>(439)</b>	<b>(1.082)</b>	<b>(1.035)</b>	<b>(27)</b>	<b>(1.121)</b>	<b>572</b>

Obs: Valores em R\$ 000.

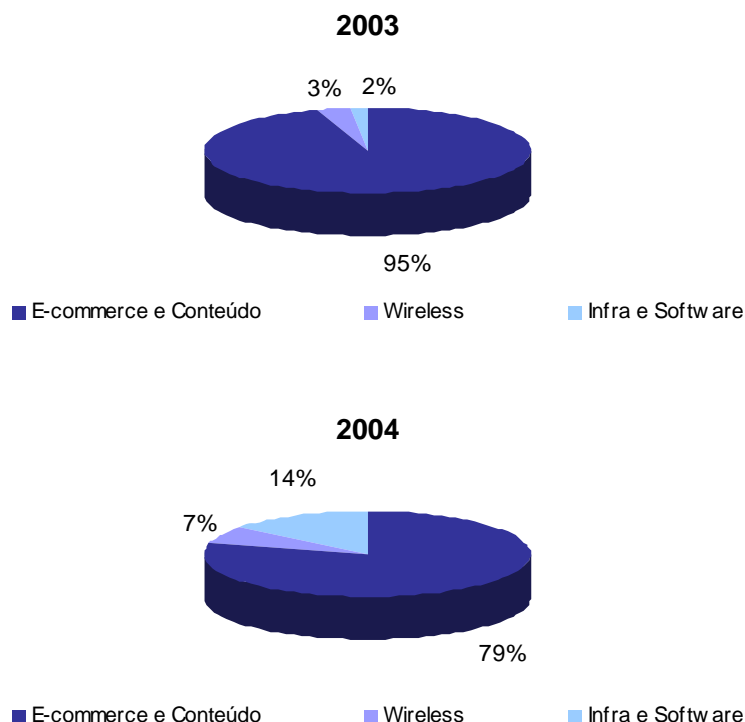
O expressivo crescimento no setor de *e-Commerce* e Conteúdo foi influenciado pelo aumento das atividades de *e-Commerce*, alavancadas pela aquisição da Officer e pelo aumento das vendas da Softcorp. A comercialização legal de *software* e *hardware* ganhou força com a mudança de postura do Governo Federal, hoje mais severa, em relação à fiscalização do contrabando destes produtos. Outro fato relevante é o relacionamento de longa data com os principais gestores de empresas de *hardware* como HP, IBM, Lenovo e Apple, e de *software* como Microsoft, Oracle, Computer Associates e outras importantes marcas do setor.

O mercado de *Wireless* se destacou em 2005 devido à contínua procura pela mobilidade dos usuários de serviços de T.I., e acreditamos que esta é uma tendência irreversível. Este segmento vem melhorando suas receitas expressivamente, contrariando seu perfil inicial. O crescimento foi de 145% em 2005, o que mostra a clara perspectiva de expansão dos negócios. Ainda, em função da complexidade dos serviços prestados para este mercado, entendemos que o nível de recorrência de

receita é alto, uma vez que a troca do prestador do serviço pode demandar muito tempo e novos investimentos.

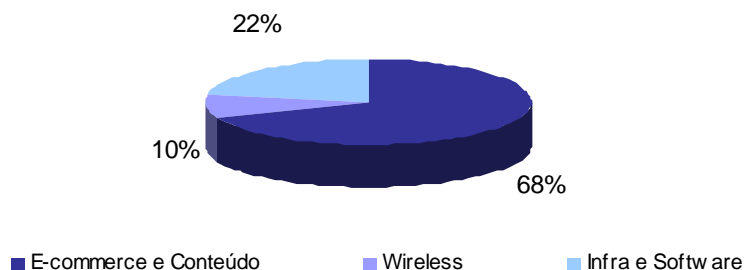
O mercado de Infra-estrutura registrou um forte crescimento no ano de 2005, chegando a 150% em comparação a 2004. A principal responsável foi a Padtec, especializada em equipamentos da área de fibra óptica, que tem ganhado espaço frente à concorrência de empresas internacionais dominantes no setor brasileiro.

As receitas do portfólio estão concentradas no segmento de *e-Commerce*, causada pela entrada da Officer no portfólio da IdeiasNet. Entretanto, acreditamos que o mercado de *Wireless* e Infra-estrutura têm fortes potenciais de crescimento e devem se tornar mais representativos ao longo dos próximos anos.





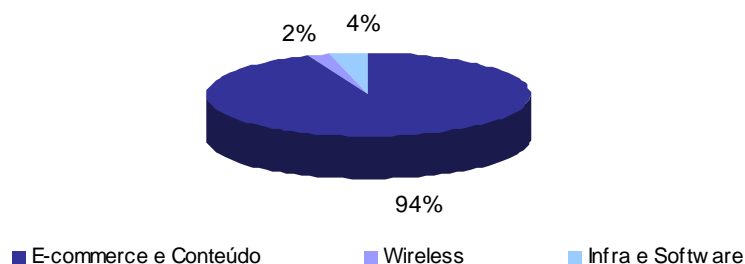
**2005**  
**Desconsiderando a entrada da Officer Distribuidora**



Ao analisar os gráficos acima podemos notar que o crescimento orgânico das investidas tem equilibrado as participações de cada segmento no resultado consolidado nos últimos anos. Destaque para Softcorp (*e-Commerce*), Padtec (Infra-estrutura) e Spring Wireless (*Wireless*).

Considerando a entrada da Officer Distribuidora o volume do setor de *e-Commerce* e Conteúdo cresceu de forma agressiva de 79% para 94% entre 2004 e 2005.

**2005**  
**Consolidado considerando Officer**



As despesas operacionais fixas aumentaram 310% frente ao crescimento de 710% da receita líquida. Em razão disto, as despesas gerais e administrativas passaram a representar 16% da receita líquida em 2005, número inferior aos 31% registrados em 2004. Acreditamos que o percentual futuro será em torno de 10% a 15%, em função das melhorias na otimização dos procedimentos, no ganho de escala e no relacionamento com os fornecedores.

O resultado financeiro positivo reflete as ações previstas dentro da estratégia da IdeiasNet, procurando aumentar as vendas através do crescimento orgânico das próprias empresas e de novas aquisições. O custo de capital de giro tomado pelas

empresas tem diminuído, já que as operações estão se tornando em sua maioria mais enxutas, produtivas e geradoras de caixa.

Abaixo descrevemos a posição consolidada de caixa das empresas consolidadas e da *holding*:

Valores em R\$ 000	2004	2005
Caixa Consolidado das empresas operacionais(*)	1.586	15.198
Caixa da <i>Holding</i> (*)	7.326	8.726

(\*) Aplicações financeiras em fundos de investimento em instituições de primeira linha.

#### 4 - Setores de Atuação

Dividimos as atividades da IdeiasNet por setor de atuação. Acreditamos ser de extrema importância diversificar os mercados e segmentos de atuação, de forma a diversificar os riscos, sendo esta uma das principais vantagens de sermos uma *holding* com diversos investimentos em Tecnologia da Informação. Desta forma, nossas atividades estão focadas em quatro principais segmentos: (i) *e-Commerce* e Conteúdo; (ii) *Wireless*; (iii) Infra-estrutura e Desenvolvimento de *Software*; e (iv) Idéias Ventures (*Venture Capital*).

##### **E-Commerce e Conteúdo**

**officer**  
DISTRIBUIDORA

pini  
web

**SOFTCORP**

**i**  
Logística

##### **Infraestrutura e Desenvolvimento de Software**

**Padtec**  
Optical Components and Systems

**AUTOMATOS**

##### **Wireless**

**Spring**  
Wireless

##### **Idéias Ventures**

**imusica**

**Hands**

**addcomm®**

**Braspag**

**VISIONAIRE**

**SADIG**  
www.sadig.com

**TV aovivo**  
com.br

**BOLSA DE MULHER**

**ivox**

#### 4.1 - e-Commerce e Conteúdo

O mercado de *e-Commerce* obedece a uma estrutura que começa nos fabricantes de *hardware* e *software* e segue pelo atacado e varejo, terminando nos consumidores finais. No portfólio da IdeiasNet, é possível encontrar três empresas pertencentes a esta hierarquia: Officer, uma distribuidora; Softcorp, uma revenda; iLogística, prestadora de serviços logísticos.



Em 2005, o faturamento total do setor girou em torno de R\$ 11 bilhões, valor que inclui as vendas ilegais de produtos de informática (mercado cinza = mercado informal). O mercado formal registrou quase R\$ 4 bilhões, mostrando o bom resultado das ações do Governo Federal no combate ao mercado cinza, que teve sua participação reduzida para 60% (no final de 2005) do total comercializado.

O mercado atacadista – no qual a Officer está inserido – já está bastante consolidado, onde os 3 (três) maiores distribuidores detêm aproximadamente 50% do mercado formal, e os 50% restantes são faturados por menos de 15 outros distribuidores no país.

Já o mercado varejista de produtos de informática – o qual a Softcorp faz parte – possui uma grande pulverização, cenário bastante propício para a consolidação deste mercado. A tendência é que os menores revendedores sejam incorporados aos maiores, tornando mais difícil a entrada de novos concorrentes e aumentando a escalabilidade do negócio. Atualmente existem cerca de 15 mil revendas de produtos de T.I. no país, mas já ocorre uma certa concentração no faturamento total do setor onde 500 revendas – 3,3% do total – representam aproximadamente 70% das vendas totais do setor.

**(i) Officer** ([www.officer.com.br](http://www.officer.com.br))

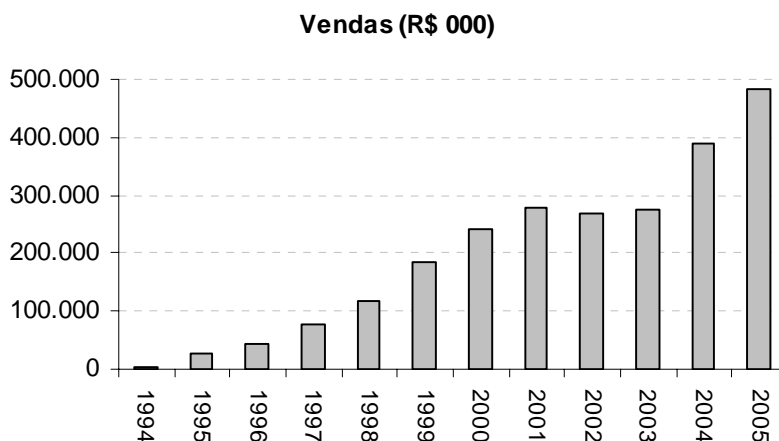
A Officer é uma distribuidora de produtos de informática com mais de 20 anos de atuação no mercado, eleita em 2005 a melhor e maior do setor pelo INFO200.

Em outubro de 2005, a IdeiasNet comprou 50% de participação nas ações votantes da Officer. A transação envolveu a emissão de 12,6 milhões de ações ordinárias por parte da IdeiasNet que, a partir disto, passou a deter 49,5% do capital total da distribuidora. O restante das ações pertence ao Grupo Sonda, do Chile, outro importante sócio institucional comprometido com o sucesso do negócio.

No final de 2005, a empresa recebeu um aumento de capital de R\$ 9 milhões, investimento dividido entre os dois sócios para impulsionar o crescimento esperado das vendas em 2006, além de iniciar a venda de novas linhas de produtos, como a Intel e a carteira de suprimentos básicos.

Visando aumentar a segurança dos estoques, foi contratada a Cotia Penske, empresa que passou a administrar o armazém da Officer, dificultando em muito o roubo de produtos do estoque, principalmente das novas linhas de atuação (processadores Intel e cartuchos de impressoras) que são mais suscetíveis a esse tipo de evento.

Em 2005 a empresa obteve uma receita de R\$ 482 milhões, faturamento recorde na história da companhia. O gráfico abaixo mostra a forte evolução do faturamento ao longo dos anos.



Fonte: Officer.

**(ii) Softcorp** ([www.softcorp.com.br](http://www.softcorp.com.br))

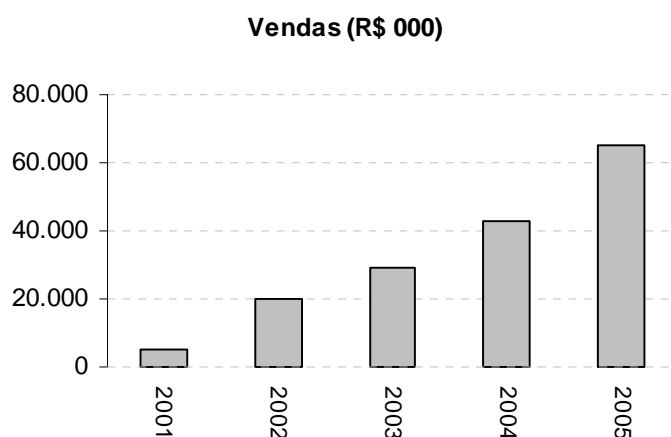
A Softcorp atua na área de revenda de *hardware*, *software* e serviços para o varejo corporativo em nível nacional. A empresa continua sua trajetória de consolidação neste mercado, que vem acontecendo há vários anos, baseada em um relacionamento diferenciado de longa data com fabricantes, distribuidores e empresas.

Além dos canais de venda tradicionais, que incluem gerente de contas e televendas, a empresa conta com o próprio *website*, totalmente reformulado em outubro de 2005. A resposta ao investimento no novo portal já gerou resultados positivos, como o aumento das vendas e do número de clientes corporativos cadastrados. A vantagem deste canal é a grande escalabilidade para expansão das vendas sem elevação de custos, facilitando ainda mais o relacionamento da área comercial com os clientes.

Atualmente, a companhia possui matriz em São Paulo e filiais no Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo e Paraná, sendo a última inaugurada recentemente em Curitiba. Além disso, conta com mais de 3 mil clientes ativos, entre eles: Fedex, H. Stern, Bristol, Telemig, SENAC, Citibank e Açominas.

Devido ao desenvolvimento das parcerias, a Softcorp ampliou suas linhas de produtos em 2005. A partir de *links* diretos com os principais fabricantes e distribuidores, ela tem acesso a “todo o estoque do Brasil”, sem custo de armazenagem. Tal fato permite que um pedido de uma mercadoria presente nos estoques destes parceiros “integrados” seja entregue no mesmo dia da sua compra, quando esta é feita na cidade de São Paulo.

No gráfico abaixo podemos observar a tendência de crescimento do faturamento ao longo dos anos.



Fonte: Softcorp.

#### 4.2 - Wireless

O mercado *Wireless* tem apresentado grande expansão no Brasil, cada vez mais presente nas empresas como meio para agilizar trocas de dados corporativos. Já o consumidor final tem tido maior interesse pelos Serviços de Valor Agregado (SVA) para Celulares e *PDA's (palmtops)*, principalmente entretenimento e conteúdo. A constante evolução tecnológica fará de 2006 um ano de muitos lançamentos de novos produtos voltados para esse mercado, fomentando a busca por serviços complementares.

Dentro deste setor podemos destacar as seguintes empresas:

##### **(i) Spring Wireless** ([www.springwireless.net](http://www.springwireless.net))

A Spring Wireless é a empresa líder em soluções para *mobile business end-to-end* na América Latina, sendo a primeira opção para empresas que precisam acessar informações e automatizar seus processos em campo, principalmente quando envolvem atividades com missão crítica. O foco é o mercado corporativo, onde a empresa tem 55% do *market share* no Brasil e avança pela América Latina, desenvolvendo soluções e prestando serviços voltados para plataformas *wireless*.

Fundada em 2001, a Spring utiliza as melhores tecnologias disponíveis mundialmente, além de apresentá-las adaptadas às operadoras nacionais e aos negócios dos clientes. A metodologia de desenvolvimento e implantação de soluções móveis da Spring Wireless é o MSL – *Mobile Solution Lifecycle*.

Em 2005 a empresa atuou fortemente em sua expansão internacional, abrindo escritórios no Chile e Espanha e negociando a aquisição da empresa colombiana Sysgold, a ser concluída no segundo trimestre de 2006. Como resultado a empresa encerrou 2005 com mais de 150 grandes clientes corporativos e 65 mil usuários, incluindo empresas como AmBev, Citibank, ABN Amro, Souza Cruz, Gillette, Grupo Pão de Açúcar, Suzano, Visanet e Rede Globo.

A qualidade comprovada por grandes clientes internacionais é resultado da estratégia focada na ampliação dos negócios pelo mundo. Por isso, a empresa está presente em 10 países e possui soluções implantadas em mais de 20 países, cobrindo a América Latina, Estados Unidos, Espanha e Rússia. Além disso, a Spring Wireless oferece a solidez necessária para a realização de grandes negócios, tendo como acionistas empresas líderes em seus segmentos de atuação: IdeiasNet, Intel e Ericsson.

As soluções oferecidas pela Spring Wireless permitem tanto o aumento da produtividade e eficiência quanto a redução dos custos e tempos de resposta. A força de trabalho móvel acessa os sistemas corporativos através da combinação de *softwares*, infra-estrutura, conectividade e serviços, com a garantia do nível de serviço e com o menor custo de estrutura.

A grande oportunidade deste negócio está na expansão da base de usuários, fundamental para o ganho de escala na companhia. Esta expansão tem ocorrido desde a sua fundação em 2001, graças à estratégia de crescimento dos negócios na América Latina e em outros países, reforçada pela abertura de filiais no exterior.

**(ii) Hands** ([www.hands.com.br](http://www.hands.com.br))

Fundada em 2000, a Hands leva conteúdo dos melhores provedores brasileiros diretamente para *palmtops* e *smartphones*. Notícias, indicadores financeiros, previsão do tempo, guias de entretenimento, agendas culturais, programação de cinemas e mais de 100 outros tipos de informações são acessados sem necessitar de uma conexão *wireless*. Pioneira e líder no Brasil em tecnologia móvel para o mercado consumidor, a Hands provê acesso a informações e aplicações de negócios em qualquer hora, e de qualquer lugar.

Através de seu *palmtop* ou celular, o cliente Hands acessa *sites* como Abril.com, NET, Lancenet, MM Online, Globo Online, Folha Online e Climatempo. A mesma tecnologia utilizada por mais de 200 mil usuários pode ser aplicada para “mobilizar” o portal, *extranet* ou *intranet* de empresas. Serviço este cujos principais clientes são: Petrobrás, Fator Corretora, Blockbuster, ABN Amro, IBM e Visa.

Um enorme diferencial competitivo da empresa é a versão da Hands para *smartphone*, com *software* já embutido nos aparelhos Motorola e Nokia, além de parceria envolvendo *billing* com Microsoft, TIM, Vivo e Claro. A entrada da Hands no setor de telefonia móvel foi um fator determinante para a sua expansão.

Em 2005, a Hands aproveitou uma excelente oportunidade de adequar as suas estratégias ao seu mercado e estabeleceu a sua nova missão: assumir um posicionamento central na cadeia de valor *wireless* para beneficiar os consumidores e incentivar a adoção em massa da Internet Móvel, online e offline, atuando em sinergia com os provedores de conteúdo, fornecedores de tecnologia, operadoras de celulares, anunciantes e corporações parceiras da Hands nesta iniciativa.

#### 4.3 – Infra-Estrutura e Desenvolvimento de Software

O Brasil, por ser um país em desenvolvimento, oferece grandes oportunidades de negócio para empresas do setor de infra-estrutura e de *software*. As soluções são fortemente relacionadas ao surgimento de novas tecnologias e de adaptações de produtos e serviços às necessidades dos clientes.

Dentro deste setor podemos destacar as seguintes empresas:

##### **(i) Padtec** ([www.padtec.com.br](http://www.padtec.com.br))

A Padtec foi inaugurada no final de 1999 como a divisão de comunicações ópticas do CPqD, e tornou-se uma empresa independente em agosto de 2001, através de um *spin-off* desta divisão. Hoje o CPqD acumula mais de 20 anos de experiência no desenvolvimento de equipamentos e soluções em comunicações ópticas, oferecendo alternativas inovadoras para as redes de telecomunicações.

A Padtec é pioneira na criação e fabricação de produtos de alta tecnologia para aplicações na camada óptica dos sistemas de comunicações: os equipamentos WDM (*Wavelength Digital Multiplexing* – multiplexação de comprimento de onda). O WDM é um sistema de transmissão de dados onde a informação é transportada em comprimentos de onda específicos (canais ópticos). Esses canais dividem uma mesma fibra ótica, aumentando a capacidade de transmissão da fibra (tráfego de dados).

Com negócios e representantes no Brasil, Estados Unidos, Canadá, Europa, América Latina, Ásia e África, a Padtec tem se consolidado como uma fornecedora de soluções de alta tecnologia em nível mundial. Seus principais clientes são grandes operadoras de telecomunicações como a Embratel, Telefônica, Telemar, e a BrasilTelecom.

Em 2005, a companhia gerou vendas de R\$ 38 milhões, observando um crescimento muito acentuado quando comparado às vendas do ano anterior – R\$ 9 milhões. Isto se deve principalmente ao aumento da confiança dos maiores clientes na perenidade da empresa e ao respaldo dado por ter o BNDES, CPqD, Banco Pactual e IdeiasNet com assento no Conselho de Administração da empresa.

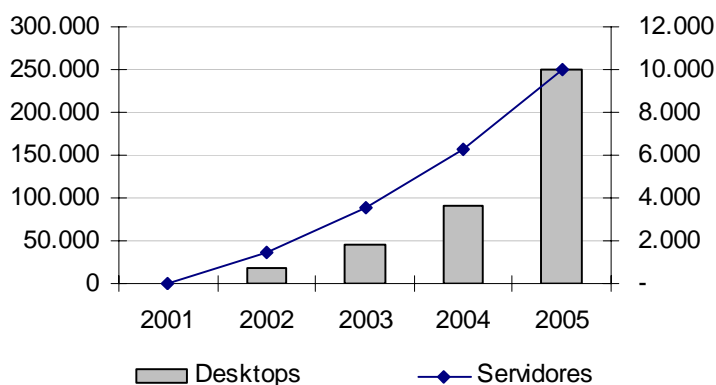
A empresa possui outros diferenciais competitivos: por ter tido origem no CPqD, a empresa possui um conhecimento diferenciado das redes de telecomunicações do país, além do fato de por ter custos em reais conseguir preços altamente competitivos quando comparados aos preços de suas concorrentes internacionais.



**(ii) Automatos** ([www.automatos.com](http://www.automatos.com))

A Automatos é uma empresa provedora de soluções de gerenciamento a servidores corporativos, *desktops* e *hardware* através da monitoria à distância (MSP – *Management Service Provider*). Foi fundada em Cupertino – Califórnia, no coração do Vale do Silício, nos Estados Unidos.

Focada em inteligência e tecnologia da informação, a Automatos oferece suas soluções para diversas companhias como Banco ABN-Real, Telemar, Kraft-Foods, Santander, HP, Motorola, JPMorgan, Unibanco, AMBEV, Sky, Embraer, Contax e em 2005 conquistou a Embratel e Itaú. Hoje monitora durante 24 horas por dia mais de 250 mil *desktops* e 10 mil servidores em 19 países, número que vem crescendo de forma bastante acentuada, conforme gráfico abaixo:



Além da tecnologia inovadora, outros diferenciais competitivos da empresa são os baixos custos, o rápido tempo de instalação e a facilidade de implantação do aplicativo. Como o *download* do *software* de gerenciamento pode ser feito pelo próprio *website*, o prazo para instalação do programa é mínimo. O *software* gera relatórios sobre as necessidades de cada máquina e servidor, em diversas línguas e de simples compreensão.

Acreditamos que a tendência de crescimento da demanda por soluções em infraestrutura de T.I. de custo reduzido se prolongue pelos próximos anos.

#### 4.4 – *Idéias Ventures*

Em 2006, a IdeiasNet realizará uma reorganização societária com o objetivo de simplificar a apresentação das empresas aos seus investidores e analistas. A idéia central é que as empresas mais relevantes e que são mais propensas a serem analisadas serão investimentos diretos da IdeiasNet, e que as demais empresas – em sua grande maioria empresas de menor porte, mas com um grande potencial de crescimento em curto prazo – serão investimentos indiretos da IdeiasNet, através de seu braço de *Venture Capital* – a Idéias Ventures.

(i) **iMusica** distribui e gerencia mídia digital legalizada;

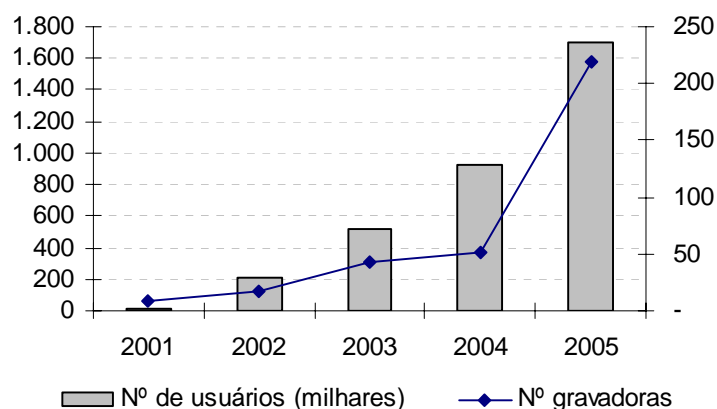
Desde o seu lançamento em 2000, a iMusica é líder na América Latina em soluções para a distribuição comercial de mídia digital legalizada.

Utiliza a tecnologia *Windows Media DRM (Digital Rights Management)*, a qual é aprovada pelas grandes gravadoras, empresas e estúdios de cinema, por assegurar a coleta dos direitos autorais e de propriedade das músicas comercializadas no *site*. A iMusica é responsável pelo gerenciamento dos pagamentos e pela segurança da operação. O formato das músicas é o *Windows Media Audio (WMA)* que garante a excelência na transmissão e reprodução, e o apoio e parceria da Microsoft para muitos de nossos projetos.

Ela mantém acordos de licenciamento com mais de 220 gravadoras, entre elas EMI Music, Warner Music, Trama, Deck Disc, Som Livre, Indie Records e Biscoito Fino. Atualmente, a empresa conta com mais de 300 mil fonogramas licenciados.

A iMusica tem convênios com as editoras EMI Publishing, Warner-Chappel, Universal, Sony, BMG e mais 30 editoras nacionais. Além disso, conta com o apoio das associações ABEM e ABER para facilitar todo o processo de autorização dos fonogramas.

O catálogo da iMusica está disponível em uma rede crescente de lojas virtuais, como o portal MSN, Americanas.com, Yahoo, BrTurbo, iG, Gradiente, Velox, Vírgula e Antena1, contando, com um cadastro atual de aproximadamente 1,7 milhão de usuários.



Os dados revelados no estudo *Digital Music Report 2006*, divulgado janeiro de 2006 pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica – IFPI na sigla em inglês –, mostram que as vendas de músicas digitais trouxeram receitas significativas para as gravadoras. Segundo este estudo as vendas de músicas digitais no primeiro semestre de 2005 representaram 6% do total de músicas comercializadas no mundo.

A estimativa divulgada pelo estudo da IFPI revela que o mercado de músicas digitais gerou aproximadamente US\$ 1,1 bilhão em 2005, valor três vezes maior do que o gerado em 2004 – US\$ 330 milhões. Este aumento expressivo de receita se deve principalmente aos *players* portáteis liderados pelo iPod, da Apple, e dos celulares, que tornaram as operadoras de telefonia móvel cada vez mais dependentes destes serviços para elevarem as suas receitas médias por assinantes.

O grande desafio desta empresa é a mudança de cultura para que o *download* legalizado vire uma prática usual, principalmente para o usuário da rede, que não está acostumado a pagar por estes serviços. Adicionalmente o aumento do número de usuários de banda larga também é fundamental, uma vez que *downloads* de música demandam banda.

A partir de 2006 a empresa iniciou investimentos no mercado *Mobile*, fazendo parcerias com operadoras de telefonia, fabricantes de aparelhos celulares e iniciando os procedimentos para ser o líder de soluções também nesse mercado.

(ii) **iLogística** presta serviços para logística no comércio eletrônico.

Atualmente está focada no setor de tecnologia atendendo a demanda dos fabricantes por soluções amplas de logística para suas áreas de venda direta, dinamizando todos os processos para um *e-Commerce* eficiente.

Além do *e-Commerce*, a empresa desenvolveu novos modelos para venda no atacado (distribuidores) e B2B. Também desenvolveu o projeto "PC de Marca", uma parceria com a Microsoft, que conta com a participação de empresas renomadas, como HP, Itautec, Positivo, Semp Toshiba, Novadata. O objetivo deste projeto é combater o chamado "mercado cinza", o mercado ilegal de venda de *hardware* e *software*.

Como diferencial competitivo, a empresa oferece o desenvolvimento e hospedagem do *site* de *e-Commerce*, o planejamento e controle de estoque, armazém terceirizado, atendimento aos pedidos recebidos via Internet ou *call center*, embalagem e integração de produtos para o comércio eletrônico, serviço de crédito e cobrança, gerência de transporte e frete, logística reversa, devoluções e trocas. Além de tudo isto, existe a ausência de um custo fixo para o contratante. Dentre seus clientes podemos destacar a Microsoft, Samsung Store, Okidata, Oregon Scientific e Elgin/Canon.

- (iii) **Addcomm** é uma agência de *Webmarketing*;

A Addcomm é resultado da fusão ocorrida em 2005 entre as empresas cariocas Dotcomm e Advice NetBusiness com a paulista Tange Digital, agências com o mesmo foco e modelo de negócios: planejamento de marketing e relacionamento *online*. Após a consolidação, a expectativa da empresa é de alcançar a liderança do seu segmento de atuação: o *webmarketing*.

- (iv) **iVox** é um portal de opiniões focado no consumidor final;

O *site* foi criado em 2000 com objetivo de ser uma referência no mercado de pesquisas e opiniões para o consumidor final, onde os usuários podem relatar as suas experiências com diversos produtos e serviços adquiridos. Além disso, a empresa passou a oferecer, através do iVoxCorp, diversos serviços corporativos que possibilitam aos seus clientes um amplo conhecimento de seus consumidores, através do uso de ferramentas de inteligência competitiva, pesquisas, relatórios e soluções de eCRM. Em sua extensa carteira de clientes, todos usando pelo menos a ferramenta de envio de email iQDirect, podemos destacar: TAM, SBT, Ogilvy, Officer, Wal Mart, UOL, Renault, Natura, Boticário e Loducca.

- (v) BP Participações (Grupo **Pini**) é uma Editora, com Desenvolvimento de *Software* e Serviços voltados para o mercado do Constru-business.

Fundada em 1948, a PINI é uma das mais tradicionais empresas no ramo de engenharia e arquitetura. A IdeiasNet investe na área de soluções tecnológicas compostas por *software*, banco de dados e soluções de *e-business* para o mercado de arquitetura e engenharia, a PINI Web. Outras duas áreas operacionais da PINI são: Editora PINI e PINI Serviços de Engenharia, áreas das quais a IdeiasNet é igualmente sócia.

- (vi) **Tv ao Vivo** opera TV pela Internet;

Tv ao Vivo é uma empresa de soluções inovadoras em multimídia interativa, que desenvolveu a tecnologia necessária para filmar, editar, gravar, formatar, transmitir e gerenciar imagens e sons via Internet, ao vivo e sob demanda. A solução oferecida pela Tv ao Vivo permite que empresas de todos os segmentos ampliem e melhorem a comunicação junto a seus públicos, além de possibilitar aplicações diferenciadas e personalizadas conforme o objetivo de cada cliente.

(vii) **Bolsa de Mulher** é um *site* de conteúdo para o universo feminino;

O Bolsa de Mulher é uma empresa de comunicação com a mulher brasileira. Seu principal produto é o portal bolsademulher.com, que conta com uma audiência de mais de 220 mil usuárias cadastradas, tendo atingido a marca de 9 milhões de *page views* no ano de 2005, um aumento de 52% em relação a 2004. O faturamento da empresa em 2005 teve um crescimento de 36% em relação ao ano anterior, e as despesas uma redução de 12% quando comparados os mesmos anos.

(viii) **Braspag** é um provedor de soluções para meios de pagamento eletrônicos;

A Braspag é líder em processamento de pagamentos no Brasil. A Companhia detém o know-how de processamento e controle de vendas de cartão não presente, utilizando canais como Internet, Call Center e Celular. As soluções utilizam a matriz do sistema Pagador e se segmentam de acordo com a necessidade do negócio dos clientes, além de oferecer duas alternativas para segurança das transações. Os sistemas anti-fraude analisam o perfil do comprador e avaliam o risco da operação representar uma fraude.

(ix) **Trinn** é uma operadora de telefonia para o mercado corporativo;

A Trinn utiliza a tecnologia VoIP para prover soluções em telecomunicações – um serviço de alta qualidade, com tecnologia de ponta e atendimento diferenciado – que proporciona a seus clientes uma grande redução nos custos.

## **5 - Perspectivas para o Futuro**

Como nos anos anteriores, a IdeiasNet prevê para o ano de 2006 um crescimento acelerado. A incorporação das empresas do Fundo Pactual Internet no final de 2004 e o aumento de capital do início de 2005 tornaram a IdeiasNet uma companhia mais capitalizada e com um portfólio de investimentos bastante diversificado, que contempla os principais segmentos do mercado de Tecnologia da Informação.

No final de 2005, compramos, com pagamento em ações da própria IdeiasNet, 50% da Officer Distribuidora, companhia líder no setor atacadista de produtos de informática, conhecida pela produtividade obtida através de suas vendas pela *web* (*e-Commerce*) e pelos serviços prestados aos seus 15 mil revendedores cadastrados no *site* da empresa.

Com isso, a IdeiasNet confirma sua estratégia de apresentar crescimento baseado tanto em aquisições – onde a moeda é a própria ação da IdeiasNet – quanto no crescimento orgânico das empresas de seu portfólio.

A consolidação de empresas dentro do mesmo setor também vem sendo utilizada com sucesso pelas empresas do portfólio da IdeiasNet. Como exemplo, podemos citar a criação da Addcomm que é resultado da consolidação de três empresas de marketing *online* e o crescimento do número de filiais da Softcorp, agora em cinco capitais do

Brasil.

Segmentos promissores como a telefonia pela Internet (VoIP), tecnologia dos meios de pagamento *online* e *download* legal de músicas vêm sendo alvo de investimentos pela IdeiasNet.

A formalização que está acontecendo com intensidade na indústria de *hardware* e *software* faz com que acreditemos num crescimento significativo do mercado de T.I. em 2006. Nossas empresas têm sentido os reflexos disto com uma expansão no e-Commerce corporativo e fortalecimento das vendas/margens.

Torna-se, portanto, uma meta bastante realista para o ano de 2006 vendas totais das empresas do portfólio em torno de R\$ 1 bilhão, o que sem dúvida aumenta a visibilidade da IdeiasNet atraindo maior atenção de investidores institucionais e analistas de mercado.

Atualmente 70% do capital novo que entra na Bolsa brasileira vêm do exterior. Como a IdeiasNet até o momento não possui investidores estrangeiros relevantes, em 2006, estaremos trabalhando na divulgação da IdeiasNet também no exterior.

Entendemos ainda que, por pertencermos a um grupo especial de países em desenvolvimento – os BRIC's (Brasil, Rússia, Índia e China) –, possuímos um grande potencial de interesse para estes investidores estrangeiros, fortalecendo a empresa e aumentando a liquidez com sua entrada na IdeiasNet.

Desta forma, pretendemos repassar a todos nossos acionistas o valor gerado pelo crescimento saudável dos negócios da IdeiasNet e de suas investidas.

*Este relatório contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Companhia. As palavras "antecipa", "deseja", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "prediz", "projeta", "almeja" e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Este relatório também contém algumas informações "pro-forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Este relatório está atualizado até a presente data e a Companhia não se obriga a atualizá-lo mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.*