

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

TERRA NETWORKS, S.A. (en adelante "Terra" o "la Compañía"), de conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley de Mercado de Valores, en cumplimiento de la Orden Ministerial 22 de diciembre de 1.999, por la que se creó un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores, denominado "Nuevo Mercado" y de acuerdo con la Norma Tercera de la Circular 1/2000, de 9 de febrero, de la CNMV, que recoge la obligación de las sociedades admitidas a negociación en dicho segmento de informar, al menos una vez al año de manera específica, sobre la marcha y evolución de los negocios, así como de las perspectivas del mismo, procede por medio de este escrito a dar cumplimiento a dicha obligación mediante la comunicación del presente **HECHO RELEVANTE**. El presente escrito agrupa, cumpliendo lo dispuesto en la normativa de referencia, distintas informaciones anteriormente hechas públicas en nuestras cuentas anuales y hechos relevantes registrados en la CNMV así como en el 20F registrado en la Securities Exchange Commission de los Estados Unidos de América.

I.- EVOLUCIÓN RECIENTE DEL NEGOCIO

La evolución del negocio del Grupo Terra a lo largo de 2003 se ha visto influenciada por una difícil situación macroeconómica, si bien, en los últimos meses, parece que en el sector de nuevas tecnologías se ha producido una cierta inflexión. El Grupo Terra ha afrontado las adversidades impulsando sus fuentes de ingresos más rentables y recurrentes, apoyándose en el ahorro de costes y en la centralización de la actividad.

El Grupo Terra durante 2003 continuó apostando fuertemente por el crecimiento de su negocio de acceso, al mismo tiempo que incrementaba la oferta de servicios de valor añadido, ya sean de comunicación (CSP's), tales como los nuevos servicios de messenger y kits de seguridad (antispam, antivirus, firewall), o de contenidos o portal, tales como Mundo ADSL, servicios de suscripción de información financiera y conocimiento de parejas.

A 31 de diciembre de 2003, el Grupo Terra contaba con 5 millones de suscriptores de pago, entre acceso y servicios de valor añadido. El crecimiento de esta línea de negocio, ha contribuido a compensar (i) el estancamiento del mercado de publicidad on-line, (ii) el lento despegue del comercio electrónico en España y Latinoamérica, (iii) el negativo impacto en ingresos de los tipos de cambio, así como (iv) los menores ingresos en el corto plazo derivados de la sustitución del contrato con Bertelsmann por la Alianza Estratégica con el Grupo Telefónica.

El Contrato Marco de Alianza Estratégica con el Grupo Telefónica, firmado en febrero de 2003, con efectos desde 1 de enero de 2003, define un nuevo y más robusto modelo de relación entre ambas compañías para un periodo mínimo de 6 ejercicios, aprovechando mejor sus respectivas capacidades a la vez que potenciando el crecimiento y liderazgo de ambas en Internet. El Grupo Telefónica ha cumplido con los compromisos de la Alianza Estratégica, en el ejercicio 2003, lo que ha contribuido a reforzar su oferta a los clientes en Internet y a que el Grupo Terra

2003, lo que ha contribuido a reforzar su oferta a los clientes en Internet y a crear valor para ambos Grupos, asegurando la generación de un valor mínimo para el Grupo Terra a lo largo de toda la vigencia del Contrato, y que éste racionalice la estructura productiva de sus operaciones e incremente su margen. La alianza ha reportado unos ingresos de 101 millones de euros en 2003 y ha generado valor (definido como la diferencia entre los ingresos resultantes de los servicios prestados y los costes e inversiones directamente asociados a los mismos) por importe de 78,5 millones de euros, equivalente al valor mínimo garantizado para cada uno de los seis años de duración de la alianza.

Adicionalmente, la evolución del negocio se ha visto influenciada por algunos cambios organizativos que comenzaron en 2002 con la centralización del desarrollo de productos y servicios y la agrupación de la gestión de los países latinoamericanos bajo una responsabilidad única y que ha continuado con la simplificación de la estructura de costes del centro corporativo a mediados del año 2004, a través de un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) debidamente aprobado por la autoridad laboral en el mes de Junio de 2004. De esta manera se persigue el ahorro de costes, maximizar sinergias comerciales y de coste en la región latinoamericana y mantener la posición de liderazgo alcanzada.

A.) Cambios en el Consejo de Administración

En el Consejo de 29 de Enero de 2003 se produjo el nombramiento por cooptación de los accionistas D. Luis Bassat Coen y D. Luis Badía Almirall, para cubrir las vacantes producidas tras las renunciaciones de D. Jesús María Zabalza Lotina y D. Alejandro Junco de la Vega Elizondo.

Posteriormente, en el Consejo de 25 de marzo de 2003 se produjo el nombramiento por cooptación del accionista D. J. Alfonso Bustamante Bustamante, para cubrir la vacante producida tras la dimisión de D. Johannes Hendrikus Hubert De Mol.

En el Consejo de 25 de Octubre de 2003 se produjo la dimisión del Consejero D. Robert J. Davis.

En el Consejo de 16 de Diciembre de 2003 se produjo la renuncia de D. Joaquim Agut Bonsfills como Presidente Ejecutivo de la sociedad y el nombramiento por cooptación del accionista D. Joaquín Faura Batlle como Consejero, para cubrir la vacante producida por la dimisión de D. Robert J. Davis. Asimismo, en la mencionada reunión el Consejo acordó designar a D. Joaquín Faura Batlle como nuevo Presidente Ejecutivo de la sociedad, sustituyendo en el cargo a D. Joaquim Agut.

El Consejo de Administración de Terra en su reunión celebrada el 27 de enero de 2004, ha tomado conocimiento de la dimisión presentada por D. Edward M. Philip a su cargo de miembro del Consejo de Administración de Terra.

En el Consejo de Administración de 24 de febrero de 2004 se tomó razón de la renuncia presentada por D. Joaquim Agut Bonsfills y por D. Luis Ramón Arrieta Durana a sus cargos de miembros del Consejo de Administración de Terra.

B.) Resultados 2003

1.- Ingresos

La cifra total de ingresos obtenidos por el Grupo Terra a lo largo de 2003 ha ascendido a 547 millones de euros, representando un 12% menos que lo obtenido en 2002. Si se excluye el efecto negativo de los tipos de cambio de algunas monedas frente al Euro, moneda en que el Grupo Terra consolida sus estados financieros, la cifra de ingresos del 2003 habría sido de 621 millones de euros, que compara con los 622 millones del ejercicio anterior.

Los ingresos se derivan de las siguientes cuatro líneas de negocio.

1.1.- Servicios de acceso y comunicación

Esta línea de negocio contribuyó con ingresos de 216 millones de euros en 2003, el 40% del total ingresos de explotación, y muestra en euros constantes un crecimiento de 9% respecto al ejercicio anterior.

El total de suscriptores de acceso de pago ascendió a 1,7 millones a 31 de diciembre de 2003, un 20% superior al cierre de 2002, de los que un 63% corresponden a Brasil y un 21% a España. En acceso destaca la ampliación y mejora de los servicios de acceso de Banda Ancha (ADSL), tanto en España como en los países del área latinoamericana, y fundamentalmente en Brasil. Al cierre de 2003, los clientes de acceso de ADSL ascendieron a 644.000, un 70% más que en el ejercicio anterior, de los que un 61% corresponden a Brasil y un 26% a España.

En España, cabe destacar el lanzamiento de "ADSL Home" y "ADSL a tu medida", con precios, atributos y horarios de servicios que complementan al ya existente "ADSL Plus", el producto premium y de disponibilidad 24 horas. Pretendemos así acceder a más segmentos de mercado y potenciar la penetración de Internet en los hogares. También en Banda estrecha, se lanzaron diversas opciones de tarifa plana, como la Tarifa Plana 24 horas, Tarde y Nocturna.

En Brasil, cabe destacar la positiva evolución del negocio de acceso de pago en un entorno de crecimiento del mercado de acceso gratuito, en el que el Grupo Terra no participa directamente. En Brasil, se continúa liderando el mercado de banda ancha con una cuota cercana a 50%.

1.2.- Publicidad y comercio electrónico

Esta línea de negocio contribuyó con ingresos de 143 millones de euros, el 26% del total ingresos de explotación, y muestra en euros constantes una disminución de 40% respecto al ejercicio anterior. Esta línea se ha visto muy afectada por la no renovación del contrato con Bertelsmann y por el escenario de estancamiento de la publicidad online.

El Grupo Terra ha continuado apostando por un enfoque en la prestación de servicios integrales de marketing que ha permitido establecer una relación más sólida con los clientes, a la vez que facilita a los anunciantes el acceso a un público altamente segmentado y la obtención de la máxima eficacia de Internet como soporte publicitario.

En octubre de 2003 se firmó un acuerdo con Google Inc. por un período de tres años para incorporar el sistema de anuncios patrocinados (Google Adwords) en determinadas páginas de Terra (el acuerdo incluye los sitios de Lycos Search, HotBot, Sidesearch y Terra.com).

1.3.- Servicios de comunicación, portal y venta de contenidos

Esta línea de negocio contribuyó con ingresos de 119 millones de euros, el 22% del total ingresos de explotación, y muestra en euros constantes un crecimiento de 101% respecto al ejercicio anterior. Estos Ingresos incluyen servicios prestados a clientes residenciales, profesionales y pymes, bien directamente o a través de corporaciones, como Bancomer en México y fundamentalmente el Grupo Telefónica, a través de la Alianza Estratégica. El 53% del total de los ingresos de esta línea procede de esta Alianza.

El total de clientes de servicios de valor añadido, denominados OBP (Open, Basic, Premium), ascendieron a 3,4 millones a 31 de diciembre de 2003, de los que 2,3 millones son clientes que derivan de la Alianza con Telefónica.

Esta línea de negocio se ve fortalecida por el lanzamiento de nuevos productos y servicios de Comunicación, Contenidos, Marketing y Herramientas, así como la mejora de los ya existentes. De todos ellos, destacamos algunos de los más relevantes:

- ⇒ Terra Messenger: nuevo servicio de mensajería en tiempo real que permite a los usuarios de Terra mantener comunicaciones instantáneas entre ellos y también con usuarios messenger de otras plataformas;
- ⇒ Mundo ADSL: lanzamiento conjunto de Terra y Telefónica, diseñado para cubrir una amplia gama de necesidades de comunicación, educación y ocio a la medida de los requerimientos de los clientes;
- ⇒ Internet sin cables: ofrecimiento para toda la oferta de banda ancha, ampliando el catálogo de productos de alta velocidad con la nueva tecnología WIFI;
- ⇒ Rediseño de entorno de Matchmaker, portal de citas online;
- ⇒ Rediseño de InSite Search Engine, site de marketing;
- ⇒ Relanzamiento de Quote.com, site financiero.

1.4.- Otros servicios a pymes y empresas y Otros Ingresos

Estas dos últimas líneas reportaron ingresos de 68 millones de euros en 2003, el 12% del total ingresos de explotación, y muestran en euros constantes un crecimiento de 45% respecto al ejercicio anterior. La Alianza Estratégica con el Grupo Telefónica ha contribuido al 26% de estos ingresos, a través de la provisión de servicios de e-learning así como de proyectos variados de consultoría de Internet y tecnológica.

2.- EBITDA

El Grupo Terra ha continuado controlando y racionalizando el gasto en 2003, lo que ha contribuido a mejorar de forma progresiva y continuada su resultado operativo antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y leases (EBITDA) a lo largo del ejercicio, habiendo superado la meta propuesta para el conjunto del año y alcanzando EBITDA positivo en el cuarto trimestre del año. El EBITDA de la compañía en el 2003 ha ascendido a -29,4 millones de euros, siendo el margen de EBITDA sobre ingresos del -5%. Así en 2003 a nivel de EBITDA se ha logrado una mejora de 91 millones de euros respecto de 2002.

En 2003 se ha procedido a importantes reestructuraciones de personal en EE.UU., México y Venezuela, lo que ha contribuido a una reducción de la plantilla media de 2.807 personas en 2002 a 2.300 en 2003. La plantilla a cierre de ejercicio 2003 ascendía a 2.255 personas frente a 2.494 al cierre del 2002.

3.- Resultados

El resultado antes de impuestos del Grupo Terra a 31 de diciembre de 2003 fue de -173,0 millones de euros, lo que representó una mejora del 90% respecto al mismo periodo del año anterior. El resultado neto del Grupo alcanzó la cifra de -172,7 millones de euros, representando una mejora del 91% respecto a los 2.008,9 millones de diciembre de 2002.

C.) Principales Inversiones a 31 de diciembre de 2003

1- Lycos Europe

Lycos Europe es el portal Europeo líder con 25 millones de usuarios únicos al mes y presencia en 10 países. Finalizó el ejercicio 2003 con unos ingresos de 85 millones de euros. La consecución de nuevos acuerdos, la política de contención del gasto y los saneamientos y reestructuraciones realizados en ejercicios anteriores han permitido mejorar el resultado del ejercicio en un 69%. Lycos Europe comienza el ejercicio 2004 reforzando su estrategia de enfocarse en los productos clave reduciendo la estructura de costes y buscando equilibrar sus ingresos y generar una alta proporción de los mismos a través de servicios de pago. Dentro de esta línea de actuación ha adquirido United Domains y Buy Central complementando los servicios de valor añadido a empresas y usuarios. La acción de Lycos Europe cierra el año un 129% por encima del precio de inicio del ejercicio.

2- Uno-e

Uno-e ha terminado el año 2003 con un margen de explotación positivo de 359 mil euros después de la integración de la división de consumo de Finanzia. Los cambios en la estrategia de precios han supuesto un descenso del volumen de pasivos captados que se han visto parcialmente compensados por un fuerte crecimiento en los productos de fuera de balance. La financiación al consumo ha crecido un 9% con una mora muy controlada. Estos resultados se

han conseguido en un año de cambio organizativo importante con la integración mencionada y colocan a Uno-e en una excelente posición para afrontar próximos ejercicios.

3- One Travel

Las ventas brutas han crecido un 20%, respecto al año 2002, alcanzando los 106 millones de dólares, en un año en el que la guerra de Irak y el SARS han tenido efectos negativos en la demanda del sector. El EBITDA ha mejorado un 50%, debido al aumento de las ventas y la contención de gastos estructurales, a pesar de la reducción de márgenes en el sector, debido a la agresividad comercial de las líneas aéreas para recuperar ventas y paliar los efectos anteriores. La consolidación de esta sociedad (adquisición de la mayoría en Abril'03) ha supuesto para las cuentas del Terra unos ingresos adicionales de 31 millones de euros.

4- Tesorería

Queremos también resaltar la mejora en la gestión de tesorería. Así, se ha reducido sustancialmente el consumo de caja del 2003 hasta 101 millones de euros frente a 338 millones de euros en el 2002. El Grupo Terra contaba a 31 de diciembre de 2003 con un saldo de tesorería e inversiones financieras líquidas de 1.594 millones de euros, que le ha llevado a seguir manteniendo su posición de privilegio, en cuanto a liquidez, dentro del sector.

D.) Evolución del negocio durante el 1er Semestre 2004

Datos Operativos

Los suscriptores de pago a cierre del primer semestre de 2004 ascienden a 5,7 millones, lo que viene a representar un aumento del 59% respecto a la cifra alcanzada un año antes (3,6 millones).

La cifra total de suscriptores de pago de acceso se sitúa en los 1,8 millones, un 20% más que la cifra alcanzada en la misma fecha del año anterior. Una vez más, destaca dentro de estos clientes el elevado incremento en el número de suscriptores de acceso de banda ancha, que pasa de los 477 mil de junio de 2003 a los 842 mil actuales, lo que arroja un crecimiento interanual del 76%.

Del total de suscriptores de pago de la compañía a que hacíamos referencia en el primer punto, un 68% de los mismos —esto es, 3,9 millones— son clientes de productos OBP (Open, Basic, Premium), que agrupan fundamentalmente servicios de Comunicación, Portal y Contenidos que son prestados a clientes residenciales, profesionales y pymes, que pueden ser facturados directamente al cliente final o a través de corporaciones, como Bancomer en México y fundamentalmente el Grupo Telefónica, así como algunas pymes o empresas a las que se prestan servicios de carácter recurrente. En este grupo se observa un muy elevado crecimiento respecto al cierre del primer semestre de 2003, ascendiendo el incremento en dicho periodo al 86%.

Datos Financieros

Ingresos

El Grupo Terra concluye el primer semestre de 2004 con un total de ingresos obtenidos de 275 millones de euros corrientes, es decir, un 8% superiores a los ingresos del mismo semestre del ejercicio anterior. Eliminando el impacto negativo de los tipos de cambio, los ingresos totales del Grupo hubieran ascendido a 287 millones de euros constantes, lo que hubiera significado un incremento en los ingresos totales del 13%.

El crecimiento de los ingresos de los seis primeros meses del ejercicio 2004, excluyendo los ingresos de OneTravel, que se incorpora al perímetro de consolidación en abril 2003, hubiera sido de 16 millones de euros.

Excluyendo los importes procedentes de la Alianza Estratégica con Telefónica, y aplicando los tipos de cambio del ejercicio anterior, los ingresos totales del Grupo Terra hubieran experimentado un incremento del 8%. Los ingresos derivados de la alianza con Telefónica ascienden a 59 millones de euros corrientes en este periodo.

A finales de 2003 veíamos el impacto tan significativo que la Alianza Estratégica con Telefónica, firmada a comienzos de 2003, había tenido en la procedencia de los ingresos, tanto a nivel de líneas de negocio como a nivel geográfico. Ahora, un año después de la entrada en vigor de dicha Alianza, observamos que cada una de las líneas de negocio realiza una aportación al conjunto de ingresos totales del Grupo en línea con las aportaciones de dichas líneas un año antes.

La línea de Acceso representa, a 30 de junio de 2004, el 43% del total de ingresos (frente al 41% de un año antes); la Publicidad online y Comercio Electrónico el 25% (frente al 24% el año anterior); los Servicios de Comunicación, Portal y Contenidos, el 22% (frente al 25% de 2003); y los otros ingresos, el 10% restante (frente al 11% del ejercicio anterior).

EBITDA

El resultado operativo antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y leases correspondiente al periodo de enero a junio de 2004 asciende a 2,4 millones de euros. El margen EBITDA sobre ingresos es del 1%, lo que supone una mejora de 12 puntos porcentuales en relación al ejercicio 2003.

Resultados

La pérdida antes de impuestos del Grupo Terra a 30 de junio de 2004 asciende a -90,8 millones de euros, esto es, un 7% de mejora respecto al resultado alcanzado por el Grupo en el mismo periodo del año anterior. La pérdida neta del Grupo alcanza la cifra de -69 millones de euros, representando una mejora del 29% respecto a la cifra de junio de 2003.

La sociedad ha registrado el crédito fiscal por importe de 19 millones de euros en la línea de Impuesto de Sociedades, como consecuencia de su integración en el grupo fiscal de Telefónica a partir del 1 de enero de 2004, si bien ello está sujeto a su efectiva permanencia en el mismo a 31 de diciembre de 2004.

El Grupo Terra posee, a cierre de semestre, más de 1,6 millardos de euros en caja. En el primer semestre del 2004 se ha aumentado el saldo de tesorería en un importe de 20 millones de euros. En la Junta General de Accionistas de Terra del día 22 de Junio de 2004 se aprobó la distribución de un dividendo de 2 euros por acción, dadas las menores necesidades de consumo de caja previstas y el nuevo foco de la estrategia en la simplificación de nuestra estructura organizativa.

E.) Evolución de la acción

Historia bursátil

Terra comenzó su cotización oficial en los Mercados de Valores el 17 de noviembre de 1.999 y lo hizo de forma simultánea en dos mercados: el Mercado Continuo Español y el NASDAQ, Mercado Tecnológico norteamericano. Más adelante, en abril de 2.000, y como consecuencia de la creación –a instancias del Ministerio de Economía y Hacienda Español- de un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores españolas, Terra pasa a negociarse en dicho segmento denominado "Nuevo Mercado".

Sin embargo, la negociación en el Nuevo Mercado no implicó exclusión ni del Mercado Continuo ni del Ibex-35, por consistir aquél en un segmento dentro del mercado electrónico, regido por las normas del SIBE, y que ha supuesto única y exclusivamente una sectorización. La normativa especial que las Bolsas aprobaron en su momento para ordenar la contratación en el denominado "Nuevo Mercado" implican básicamente una mayor flexibilidad en cuanto a la formación de precios y sus variantes en las compañías sujetas a negociación en el segmento en cuestión.

Desde sus inicios en los Mercados de Valores, Terra ha estado sujeta a oscilaciones muy significativas en su precio, tanto en el mercado americano como en el español, habiéndose situado los precios en uno y otro mercado en niveles muy similares a lo largo del tiempo.

Comportamiento del valor en 2003

Diversos acontecimientos acaecidos en el año 2003 tuvieron un impacto sobre el comportamiento de la acción de Terra, tanto en términos de precio como de volumen negociado: por una parte, la Oferta Pública de Adquisición lanzada en mayo por Telefónica sobre el 100% del capital de Terra y, por otra, la exclusión de la compañía del índice selectivo Ibex-35, comunicado a finales del ejercicio.

El precio de la acción se ha movido en el conjunto del ejercicio entre un mínimo de €3,96 y un máximo de €5,45 en el mercado continuo español (entre \$4,30 y \$6,47 en el Nasdaq americano).

Durante los primeros meses de 2003, previo a los acontecimientos arriba mencionados, el precio del valor se había venido moviendo de forma más o menos regular, si bien dentro de un rango de precios no excesivamente estrecho (entre los €3,96 y los €5,03), mientras que el volumen de contratación de la acción se encontraba más o menos estabilizado en niveles diarios que podrían considerarse como relativamente elevados (entre 1,5 y 3 millones de acciones negociadas diariamente).

Como resultado del lanzamiento de la OPA por parte de Telefónica el 29 de mayo de 2003, los volúmenes negociados se elevaron de forma exponencial durante los días posteriores al anuncio de la operación para, más adelante y de forma gradual, ir reduciéndose de manera significativa hasta finales del ejercicio. El precio de la acción, por su parte, sufrió asimismo un alza pronunciada, por encima de los €5,25 a que Telefónica lanzase su Oferta, alcanzando el máximo anual en €5,45, para iniciar a continuación un lento y progresivo descenso que situaría la acción en niveles ligeramente por encima de los marcados con anterioridad a dicha OPA.

A finales de año, y como resultado del anuncio de exclusión de Terra del Ibex-35 en diciembre de 2003, los volúmenes de negociación del valor volverían a dispararse de forma clara y se mantendrían elevados hasta ya iniciado el ejercicio 2004, una vez que se hizo efectiva la exclusión del índice. El precio de la acción, sin embargo, no se vio significativamente alterado como consecuencia de dicho acontecimiento.

El precio de la acción de Terra finalizó el ejercicio 2003 a €4,80, lo que representa una revalorización del 20% en relación al precio a que inició dicho ejercicio. Por su parte, el Ibex-35, del que formó parte a lo largo del año en cuestión, experimentó una revalorización superior al 23% en el conjunto del periodo.

II.- PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO

El ejercicio 2003 fue un reto para el Grupo Terra para mantener nuestra posición como compañía líder del sector.

En el negocio de acceso, estamos viendo un crecimiento significativo de la penetración de la banda ancha en los diferentes mercados en los que operamos. Adicionalmente, vemos el aumento de la oferta de servicios empaquetados frente a la conectividad "pura" (por ejemplo, BT-Yahool, SBC-Yahoo, Verison-MSN). En cuanto a la conectividad "pura", la velocidad del acceso crece continuamente generando una mayor demanda de servicios y contenidos basados en un mayor ancho de banda. Bajo este escenario, la competencia está creciendo significativamente en los mercados en los que estamos presentes y como consecuencia podría suponer la disminución de los márgenes en un futuro.

Respecto al negocio de los servicios básicos, que incluye las actividades en abierto del portal, principalmente la publicidad y el comercio electrónico, consideramos que hay una necesidad de alcanzar un tamaño o escala suficiente (tráfico y/o audiencia) y especializarse en ciertas categorías. Esta estrategia de dimensionamiento y especialización ha permitido alcanzar, a ciertos líderes de Internet, negocios rentables. Por ejemplo, Google lo ha conseguido a través

de la monetización de su motor de búsqueda. Yahoo se ha apalancado en el mercado interno. Finalmente, Amazon y e-Bay han creado negocios rentables a través del comercio electrónico. Queremos continuar siendo una empresa clave en este negocio como demuestra nuestra posición privilegiada en los mercados de publicidad y comercio electrónico en nuestras geografías principales. Sin embargo, esperamos firmar acuerdos con empresas líderes de ciertas categorías de manera de crear valor añadido. Este valor extra podría venir de la unión de fuerzas para alcanzar suficiente tamaño o escala en productos donde el tamaño de las operaciones es significativo o en productos muy específicos. El objetivo sería el ofrecer la mayor calidad y las mejores experiencias a los usuarios de nuestros portales.

El negocio de los servicios de valor añadido incluye la venta de servicios y contenidos a través de suscripciones o transacciones principalmente en las áreas de música, juegos y video (dibujos animados para niños, películas, contenidos para adultos, documentales, retransmisión de deportes, etc...). Este mercado va a crecer a un ritmo exponencial básicamente por el aumento de los anchos de banda y un aumento del nivel de sofisticación de los usuarios. En este negocio, el principal reto es el de ofrecer estos contenidos y servicios a una base de clientes lo suficientemente grande de manera segmentada. Este acercamiento al consumidor se puede alcanzar a través de servicios de comunicación para comunidades como son la mensajería instantánea, el registro de usuarios en nuestros servicios del portal o a través de las relaciones entre clientes del negocio de acceso. En este sentido, creemos que gozamos de una posición única para aprovechar esta oportunidad, al poder ofrecer paquetes de servicios de alto valor añadido a nuestra gran base de clientes de acceso y usuarios del portal. Adicionalmente, también esperamos vender estos servicios de valor añadido a otras compañías para completar sus propias ofertas (principalmente el Grupo Telefónica) y tener acuerdos con otras empresas internacionales que también ofrezcan estos servicios para que nos proporcionen tecnología y un mayor portfolio de productos y servicios para hacer frente a la demanda de los consumidores.

La nueva estrategia del Grupo Terra incluye un proceso de simplificación de las áreas y funciones corporativas y la concentración del negocio en los países con presencia del Grupo Telefónica

Adicionalmente, los siguientes hechos podrían tener un impacto financiero en el Grupo Terra:

- El 28 de mayo de 2003 Telefónica, S.A. presentaba ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) una Oferta Pública de Adquisición (OPA) sobre la totalidad de las acciones de Terra admitidas a negociación y negociadas tanto en el mercado español como en el Nasdaq americano. El 25 de julio de 2003 se completó la OPA lo que facilitará el aumento de los servicios al Grupo Telefónica;
- Es importante destacar que en nuestra Junta General de Accionistas del día 22 de Junio de 2004 se aprobó la distribución de un dividendo de 2 euros por acción con cargo a la prima de emisión, dadas las menores necesidades de consumo de caja previstas y el nuevo foco de la estrategia en la simplificación de nuestra estructura organizativa;

- El 29 de abril de 2004 anunciamos que estamos en una fase de revisión y análisis de algunas de nuestras unidades de negocio. Como parte de este proceso global, se están analizando varias alternativas para la venta del negocio de Lycos. De acuerdo con la nueva estrategia, vamos a centrarnos en los mercados en los que Telefónica está presente;
- En ejecución de dicha nueva estrategia, el 2 de agosto de 2004 comunicamos como hecho relevante que el 31 de Julio de 2004 Terra y la sociedad coreana DAUM COMMUNICATIONS Corp. han suscrito un acuerdo por el cual la primera vende a la segunda la totalidad de las acciones de Lycos, Inc. Dicho acuerdo de venta de Lycos, Inc. no incluye, entre otros activos, las acciones de Terra Networks USA, LLP (filial dedicada a la explotación del portal para personas de habla hispana en Estados Unidos), la participación en Lycos Europe, N.V., y otros activos financieros. El valor contable de los activos a recibir por Terra con anterioridad a la compraventa se estima, inicialmente en, aproximadamente, 435 millones de USD. El precio inicial de la venta de Lycos, tras la ejecución de la transferencia de los activos citados, se cifra en 105 millones de USD. Las cifras finales serán las que resulten del balance de cierre a la fecha de ejecución de la compraventa, la cual queda condicionada, conforme al acuerdo suscrito, a la obtención de cuantas autorizaciones administrativas sean necesarias y a la inexistencia de efectos materiales adversos acaecidos entre la firma del contrato y su ejecución.
- Con fecha 5 de Octubre de 2004 se ha procedido a la ejecución del acuerdo de venta de Lycos, Inc., una vez obtenidas las autorizaciones administrativas necesarias y, en particular, la aprobación de las autoridades de Defensa de la Competencia de Estados Unidos.

III.- PLANES DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PREVISTOS PARA EL DESARROLLO Y EXPANSIÓN.

1.- Planes de inversión

Las inversiones brutas realizadas en el ejercicio 2003 tanto en inmovilizado material como inmaterial ascendieron a 80 millones de euros, produciéndose un aumento respecto a las inversiones brutas realizadas en el ejercicio 2002 cuyo importe ascendió a 43 millones de euros. Las principales adiciones del ejercicio 2003 incluyen la adquisición de derechos de uso de capacidad de internet y la transformación por parte de Lycos, Inc. de diversos contratos de leases operativos en contratos de leases de capital.

En base a los planes de negocio actuales para las sociedades que componen el Grupo Terra y a la nueva estructura organizativa, la inversión bruta prevista en inmovilizado material (principalmente equipos informáticos) y la inversión bruta prevista en inmovilizado inmaterial (principalmente licencias y aplicaciones informáticas) se espera que se mantenga en un nivel cercano a los 50 millones en el año 2004.

2.- Planes de financiación

Terra ha venido financiando sus operaciones principalmente con los fondos provenientes de la Oferta Pública de Suscripción de acciones realizada en el mes de noviembre de 1999, las aportaciones de capital realizadas por sus accionistas y los fondos provenientes de las operaciones de Terra. En el mes de septiembre de 2000 Terra realizó la ampliación de capital con aportación dineraria que se pactó en los acuerdos para la adquisición de Lycos y que supuso la entrada en Terra de 2.200 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2003, Terra continúa manteniendo una posición de liquidez sólida que le permite financiar las operaciones y abordar oportunidades de negocio con el objetivo de seguir creciendo de forma rentable.

La Junta General de Accionistas celebrada el 22 de junio de 2004 aprobó la distribución de un dividendo de 2 euros por acción dadas las menores necesidades de consumo de caja previstas y el nuevo foco de la estrategia en la simplificación de nuestra estructura organizativa.

Con base en el actual plan de negocio, las fuentes de financiación se estiman adecuadas y suficientes para cubrir las necesidades financieras y las inversiones en capital previstas en los próximos ejercicios.

IV.- DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD.

1. RIESGOS ASOCIADOS A NUESTRA CONDICIÓN FINANCIERA

1.1. Terra nunca ha obtenido beneficios y prevé que las pérdidas continúen hasta el año 2005, en el cual está previsto alcanzar resultado neto positivo.

Nuestro plan de negocios está basado en expectativas futuras y contiene hipótesis relacionadas con la evolución del sector de Internet. La rapidez de los cambios en dicho sector pudiera modificar de forma significativa, para mejor o peor, los resultados previstos en nuestro plan de negocios.

1.2. Terra ha efectuado saneamientos de fondo de comercio y de créditos fiscales, pudiendo ser necesario realizar otros en el futuro.

Terra realiza revisiones periódicas de los planes de negocio y, basándose en factores cuantitativos y cualitativos, evalúa la necesidad de registrar saneamientos del valor de sus fondos de comercio y otros intangibles utilizados en sus operaciones.

1.3. El precio de la acción ha sido volátil históricamente y puede continuar siéndolo.

Desde la salida a bolsa en 1999, el precio de mercado de las acciones tanto en el mercado español como en el norteamericano ha estado sujeto a grandes fluctuaciones. El mercado de las acciones en general, y los precios de mercado de las compañías de Internet en particular, han experimentado una extrema volatilidad que con frecuencia no han tenido relación con la

actuación individual de las compañías. Durante el ejercicio 2003, el precio de la acción ha oscilado entre 3,96 y 5,45 euros.

1.4. Nuestros resultados y flujo de caja están expuestos a fluctuaciones en los tipos de cambio de las monedas en la mayoría de los mercados en los cuales Terra realiza negocios.

Aunque Terra reporta en euros, los ingresos y los gastos relacionados con sus operaciones en Estados Unidos y Latinoamérica están denominados en dólares y en monedas locales, respectivamente. Las fluctuaciones en los tipos de cambio de estas monedas en el pasado, y que pueden continuar en el futuro, han tenido un impacto significativo en los resultados operativos y en las condiciones financieras.

2. RIESGOS ASOCIADOS A LA INDUSTRIA DE INTERNET

Riesgos relacionados al Acceso a Internet y a los Negocios de Media

2.1. Terra compete en el mercado de acceso a Internet con proveedores de telecomunicaciones y proveedores de contenidos.

En ciertos mercados, dependiendo de la regulación, proveedores locales de telecomunicaciones u operadores de cable tienen fuertes incentivos para integrarse verticalmente, y de ese modo crear barreras técnicas y comerciales para la entrada de nuevos ISPs. A través de paquetizar con el acceso, los proveedores de infraestructura pueden con frecuencia ofrecer planes de servicio de Internet a precios muy competitivos. Esta integración vertical podría causar una presión hacia abajo en los precios y también limitar nuestro acceso a la infraestructura.

Además, proveedores de contenido pueden también tomar ventaja del tráfico generado en sus sitios para entrar en acuerdos de compartir ingresos con proveedores de telecomunicaciones basados en la generación de dichos tráficos.

2.2. Si el uso de Internet no continúa creciendo a un ritmo lo suficientemente elevado, nuestro negocio podría no tener éxito.

Algunos de los mercados de Internet en los cuales operamos están en un temprano estado de desarrollo. Nuestros negocios, las condiciones financieras y los resultados de operaciones pueden ser afectados significativamente si el uso de Internet en dichos mercados no continúa creciendo o crece más despacio que nuestras previsiones.

2.3. Una parte importante de los ingresos se derivan de la publicidad en Internet, siendo difícil de predecir con precisión la demanda de clientes recurrentes y potenciales de publicidad on-line.

Nuestra capacidad para alcanzar ingresos sustanciales derivados de la publicidad depende, fundamentalmente:

- (i) del crecimiento de nuestra base de usuarios;
- (ii) del atractivo de nuestra base de usuarios para los anunciantes; y
- (iii) de la aceptación por parte de los anunciantes de Internet como medio de publicidad.

2.4. Terra no podrá mantenerse competitiva si no continúa aumentando y desarrollando los contenidos y características de sus servicios de Internet o si falla en establecer y mantener relaciones estratégicas con proveedores de contenidos, proveedores de tecnología y comerciantes de comercio electrónico.

Para mantenerse competitiva, Terra debe aumentar y mejorar sus contenidos, haciéndolo a la medida de las necesidades específicas de sus mercados y usuarios.

Terra puede no tener éxito en desarrollar o introducir en una manera oportuna características, funciones, productos y servicios que usuarios y anunciantes encuentren atractivos para permanecer competitiva en el futuro. Esto podría probablemente reducir su tráfico y afectar significativa y adversamente sus negocios, condiciones financieras y resultados de operaciones.

3. RIESGOS ASOCIADOS A NUESTRO NEGOCIO Y A LA ESTRATEGIA

3.1. Si no podemos atraer y retener usuarios de servicios de Internet de pago, no podremos aumentar nuestros ingresos de acuerdo a lo previsto.

Como parte de su estrategia de negocios, Terra busca incorporar usuarios de servicios de Internet de pago basados en la suscripción o acuerdos de pay-per-view/pay-per-use. Si Terra no fuera capaz de atraer y retener nuevos suscriptores y clientes de pago, sus negocios podrían verse perjudicados.

3.2. La falta de desarrollo en el acceso a través de banda ancha, en los mercados en donde estamos presentes, en la medida que lo estamos previendo, podría afectar significativamente nuestros negocios y nuestra capacidad para generar ingresos adicionales.

En relación con su estrategia de negocios, Terra esta buscando la transición con éxito de sus usuarios hacia los servicios pagos de valor añadido. Como parte de su estrategia de cambiar clientes hacia servicios pagos de valor añadido y atraer nuevos clientes de pago, Terra está enfocada en desarrollar servicios y productos de banda ancha. La falta de desarrollo de la banda ancha, en la medida de lo estimado, donde Terra está presente, podría afectar sus ingresos previstos.

3.3. El no mantenimiento y/o incremento de la audiencia en los mercados donde estamos presentes, podría afectar nuestros ingresos.

Los ingresos de publicidad on-line están basados en ciertos criterios de resultado y desempeño que determinan en parte las comisiones que recibimos por publicidad y patrocinio. Cualquier

estabilidad o caída de nuestra base de usuarios (o disminución en el uso de nuestra cartera actual) podría afectar nuestros ingresos.

3.4. El Grupo Terra depende sustancialmente, en alguno de los países donde opera, de un equipo humano cualificado, con conocimientos técnicos especializados en nuestras operaciones, que pudiera ser difícil de retener.

En ciertos países donde Terra opera, depende sustancialmente de la continuidad de los servicios de personal altamente cualificados que han adquirido conocimientos especiales y destrezas con respecto a nuestras operaciones.

4. RIESGOS ASOCIADOS A NUESTRA RELACION CON EL GRUPO TELEFONICA

4.1. Como nuestro accionista mayoritario, Telefónica ejerce una influencia significativa sobre nuestras decisiones corporativas, lo cual podría ocasionar conflictos de Intereses con otras sociedades del grupo Telefónica.

Tras la Junta General de Accionistas del presente año 2004, Telefónica posee el 75,29% del Capital Social de Terra y, al amparo de su condición de accionista mayoritario, puede ejercer influencia significativa sobre aquellos asuntos que requieran aprobación de los órganos de gobierno y administración de la Compañía.

5. RIESGO ASOCIADO A NUESTRAS OPERACIONES

5.1. Interrupciones de la red inesperadas o retrasos causados por fracasos de los sistemas locales o globales.

Un elemento clave en nuestra estrategia es generar un alto volumen de tráfico por parte de nuestros usuarios. Nuestra reputación y nuestra capacidad para atraer anunciantes y usuarios dependen significativamente del rendimiento de nuestra infraestructura de red, incluyendo nuestros servers, hardware y software. Cualquier fallo en el sistema, incluyendo fallos en la red, en el hardware o software, que cause una interrupción en nuestro servicio o una disminución en la reacción de nuestros sitios en la web puede resultar en reducciones en el tráfico, en ingresos y clientes y podría perjudicar nuestra reputación.

6. RIESGOS ASOCIADOS AL MARCO REGULATORIO Y JURÍDICO

6.1. Cambios en los marcos regulatorios podrían afectar contrariamente nuestros negocios.

Hasta la fecha, los marcos regulatorios no han restringido significativamente el uso de internet en nuestros mercados. Sin embargo, el marco legal que regula Internet puede cambiar junto

con el desarrollo de Internet. Cambios en las leyes o regulaciones podrían aumentar nuestros costes en efectuar negocios, exponiéndonos a importantes desventajas que nos impidan distribuir nuestros productos y servicios.

6.2. Terra está obligada a adoptar nuevas normas contables en el 2005.

Terra estará obligada a adoptar nuevas normas contables en el 2005 lo que impactará su reporte financiero. Terra actualmente prepara sus estados financieros de acuerdo con principios contables generalmente aceptados en España ("PCGA en España"), y prepara una reconciliación de ciertos aspectos conforme a los principios contables generalmente aceptados en Estados Unidos ("U.S. GAAP") como lo requiere la regulación de la Comisión de Valores americana (SEC). Conforme la legislación de la Unión Europea en vigor, los grupos de compañías que coticen en mercados de valores en la Unión Europea deben aplicar, desde el 1º de enero de 2005, para la preparación de sus estados financieros consolidados, las nuevas normas internacionales de información financiera (NIIF), adoptadas mediante Reglamento por la Unión Europea.

7. RIESGOS ASOCIADOS CON MERCADOS ECONÓMICOS Y GEOGRÁFICOS

7.1. Los ataques terroristas de una dimensión sin precedentes han contribuido a una inestabilidad económica general en los Estados Unidos y en Europa y en los mercados financieros globales.

La posibilidad de nuevos ataques terroristas puede incrementar la inestabilidad en los Estados Unidos y en Europa lo que podría impactar negativamente en el negocio así como en el precio de la acción.

7.2. Las condiciones sociales, políticas y económicas en nuestros mercados latinoamericanos puede causar volatilidad en nuestras operaciones y afectar contrariamente nuestros negocios.

Una parte de nuestros ingresos derivan y esperamos que continúen derivando de mercados latinoamericanos. Los cambios en las condiciones sociales y políticas pueden causar fluctuaciones en nuestras operaciones. Esta volatilidad podría dificultarnos sostener nuestras expectativas de crecimiento en ingresos, lo cual podría tener un efecto contrario en el precio de nuestras acciones.

En Madrid, a 5 de Octubre de 2004.

Fdo.: Elías Rodríguez-Viña Cancio
Director General Financiero



Fdo.: José F. Matéu Isturiz
Secretario General y del
Consejo de Administración