TERRA NETWORKS, S.A. ("Terra Lycos"), 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 año de manera específica, sobre la marcha y evolución de los negocio, así como de las perspectivas del mismo, procede por medio del presente escrito a comunicar el siguiente:

HECHO RELEVANTE

I). EVOLUCIÓN RECIENTE DEL NEGOCIO

El ejercicio 2001 ha sido el primer ejercicio completo desde la fusión de Terra Networks, S.A. y Lycos Inc., que tuvo lugar en octubre de 2000 y, por tanto, el primero en el que ambas entidades han operado conjuntamente como una sola compañía.

Durante el año 2001, Terra Lycos se ha consolidado como el ISP y portal líder en los países de habla hispana y portuguesa gracias a su presencia pan-regional en 16 países. En U.S.A. Terra Lycos se ha consolidado igualmente como uno de los principales portales.

El año 2001 comenzaba ya con una difícil situación macroeconómica en los países donde Terra Lycos venía operando y fundamentalmente en USA, afectando a uno de los principales negocios de la compañía, el de la publicidad online. Este negativo escenario macroeconómico ha empeorado a lo largo del año, sobre todo a raíz de los acontecimientos del 11 de septiembre.

En un entorno poco favorable, Terra Lycos ha sido capaz de crecer y mejorar la rentabilidad al tiempo que su modelo de negocio evolucionaba tanto en la parte de acceso como en la de media. Con el respaldo de TELEFÓNICA como accionista de referencia, Terra Lycos se ha convertido en poco tiempo en una compañía verdaderamente global, con un modelo de negocio global y un marcado enfoque hacia la rentabilidad.

Nueva estructura organizativa

En Mayo de 2002 se introducen cambios en la organización de la compañía con el fin de obtener la máxima ventaja de nuestra posición global, favoreciendo tanto el desarrollo de nuevos y mejores productos para nuestros clientes como su distribución en todas las geografías.

Para ello se reagrupan bajo la nueva Dirección de Operaciones Globales aquellas funciones que ya eran globales y que se relacionan con la gestión de producto. En la nueva estructura también se crean la Dirección de Planificación, Marketing Estratégico y Participadas Internacionales y la Dirección de Terra Negocios (antes denominada SBU-E-Commerce) que incluye las filiales propias y participadas en negocios transaccionales, mientras que se mantienen las dos Direcciones geográficas de USA y Latam/España, al igual que las Direcciones de Finanzas, Recursos Humanos, Legal y Auditoría.

Estrategia y modelo de negocio

Con la rentabilidad como principal objetivo, Terra Lycos ha establecido como estrategia clave la migración de ofertas gratuitas a ofertas de pago de valor añadido, a través del modelo OBP (Open, Basic and Premium). La compañía ha venido implementando el modelo OBP a lo largo de todas las líneas de negocio y áreas geográficas en que opera, diversificando sus ingresos hacia el pago por suscripciones y "pay per view" o "pay per use".

Un ejemplo de esta estrategia lo constituyó el lanzamiento en julio de 2001 de la Zona Multimedia, la primera en el mercado con servicios y contenidos adaptados a las necesidades de usuarios ADSL, que inicialmente estuvo en modo "open", es decir, abierto a cualquier usuario. El lanzamiento posterior de Terra ADSL Plus, incorpora esta zona multimedia en un paquete junto con una serie de servicios, en exclusiva para usuarios de ADSL de Terra Lycos, en modo "basic", lo que consolidó a Terra Lycos como pionera en el lanzamiento de nuevos productos.

El modelo de negocio de Terra Lycos ha ido adaptándose a las circunstancias de mercado y siempre con un claro objetivo de rentabilidad. Así, en el negocio de acceso, no sólo no se han promocionado los accesos gratuitos en ninguno de los mercados en los que la compañía está presente, sino que se ha ido progresivamente enfocando todos los esfuerzos al acceso de pago.

De conformidad con esta política, Terra Lycos interrumpía el servicio de acceso gratuito en Brasil (15 de junio de 2001), extendiendo más adelante esta misma decisión al mercado de Méjico (7 de enero de 2002). Terra Lycos se ha venido moviendo de los servicios gratuitos a los servicios y productos de valor añadido, así como centrándose en una oferta diferenciada y de calidad que permite cobrar a sus clientes.

Así, como parte de la estrategia de la compañía de migrar a sus clientes hacia modelos de pago Terra Lycos ha decidido apostar en el negocio de acceso de banda ancha, por su gran potencial para generar valor. En esta apuesta de Terra Lycos, y del Grupo Telefónica, nos encontramos que el enorme despliegue realizado de la tecnología ADSL, no ha hecho más que comenzar. En el marco de esta estrategia, Terra Lycos ha consolidado su actividad en la provisión de servicios y contenidos de banda ancha.

En el negocio de media, Terra Lycos ha iniciado una apuesta por enfocarse en la prestación de servicios integrales de marketing a nuestros clientes que junto con la venta de publicidad online permite establecer una relación más sólida con los clientes y aprovechar toda la potencialidad diferenciadora de nuestra fuerza de ventas.

Alianzas Estratégicas

Con el objetivo de potenciar la integración vertical de los contenidos, incrementar el alcance de su audiencia y aumentar el nivel de fidelización de los usuarios con servicios y contenidos de valor añadido, durante 2001 Terra Lycos ha firmado importantes alianzas estratégicas y comerciales. Podemos destacar, entre otras:

- Unilever, alianza para impulsar iniciativas conjuntas a nivel mundial.
- Visa, alianza para proporcionar seguridad y confianza a través de Internet a los consumidores y empresas de Latam y Caribe.
- Apple España, firmado acuerdo marco de colaboración como punto de partida para el desarrollo de proyectos conjuntos.
- IBM, acuerdo para la provisión preferente de servidores, software empresarial y servicios de e-business.
- Segurosbroker, acuerdo comercial para contratación de seguros en tiempo real.
- EBay, para la integración de todos sus productos en Lycos Subastas.

En el año 2002 se ha cerrado una alianza con Fox Sports para la creación de una página puntera de deportes online. En este contexto se ubica la apuesta de Terra Lycos por el lanzamiento al mercado de canales verticales de servicios de valor añadido, lo que está logrando a través de estas alianzas estratégicas con compañías relevantes en sus respectivos sectores.

Nuevos productos y servicios

Terra Lycos se ha mostrado durante el ejercicio 2001 activa en el capítulo de lanzamientos de nuevos productos y servicios. Más allá del lanzamiento de ADSL Plus, podemos además destacar, entre otros, y en el ámbito de servicios de comunicación, el lanzamiento del disco duro virtual, que permite acceder desde cualquier lugar del mundo donde exista conexión a Internet a un disco privado con 50 MB de espacio, para guardar y gestionar cualquier tipo de archivo. Desde el punto de vista de contenidos, destaca el lanzamiento de la primera plataforma de juegos online, con los mejores juegos del mercado.

También es de destacar el acuerdo firmado con Bancomer en México, que permite ofrecer una serie de servicios diseñados específicamente para Pymes.

Otros lanzamientos llevados a cabo por la compañía durante el año 2001 han sido el lanzamiento de Lycos Talk Radio, primera red de radio interactiva por Internet, Lycos 411, servicio que permite acceder a información de Internet mediante llamada por teléfono, o el lanzamiento del primer portal de voz en España.

Fusiones y adquisiciones

Merecen destacarse las adquisiciones de Raging Bull (comunidad financiera), Maptel (proveedor de servicios de cartografía digital) o DeCompras.com (compañía de comercio electrónico en México y América Latina), así como la materialización de una participación del 49% en Uno-e, uno de los principales bancos online de España.

Principales datos operativos y financieros

Datos operativos

A 31 de diciembre de 2001, Terra Lycos contaba con 4,3 millones de suscriptores en su negocio de ISP, de los que 1,3 millones eran clientes de pago, es decir, un 30% más que en el año anterior.

Con unas páginas vistas a nivel mundial próximas a los 500 millones al día, Terra Lycos se constituye como uno de los sitios más visitados a nivel mundial.

El número de usuarios únicos con que contaba Terra Lycos al final del ejercicio ascendía a más de 111 millones. Mientras, su presencia a nivel geográfico se extendía a un total de 43 países.

Datos financieros

Los ingresos del año ascendieron a 694 millones de euros, lo que supuso un aumento del 22% respecto al año anterior en cifras proforma, es decir, considerando que los resultados de las sociedades adquiridas a lo largo del ejercicio 2000 se hubieran incorporado al perímetro de consolidación del Grupo el 1 de enero de 2000. No obstante, si comparamos los consolidados financieros, es decir, si considerásemos los resultados de las sociedades que integraban el Grupo Terra Lycos a cierre de ejercicio desde su fecha de adquisición, el crecimiento de ingresos sería de un 127%.

Terra Lycos ha conseguido junto con este crecimiento de ingresos una gran mejora de los ratios de rentabilidad, ya que desde el cierre de la fusión Terra Lycos en el Cuarto Trimestre de 2000 hasta el Cuarto Trimestre de 2001 el margen EBITDA mejoró 33 puntos porcentuales.

Finalmente, en cuanto a la posición de caja, Terra Lycos ha demostrado haber llevado a cabo una buena gestión de su liquidez, ya que a final de año ascendía a 2,2 miles de millones de euros lo que continúa situando a Terra Lycos como una de las compañías con estructura financiera más sólida de su sector.

En definitiva, Terra Lycos ha logrado este importante aumento de sus ingresos conjuntamente con un importante esfuerzo en reducción de costes. La compañía ha continuado en su camino hacia la rentabilidad reduciendo costes sin afectar al crecimiento, apoyándose entre otras iniciativas en la implementación del programa de mejora de procesos y calidad Seis Sigma, enfocado tanto a maximizar el crecimiento como a optimizar los recursos de la empresa.

Evolución del negocio durante el 1er Trimestre 2002

Datos Operativos

La cifra total de suscriptores de acceso, servicios de comunicación y portal al final del primer trimestre era de 4,9 millones de los que 1,8 millones eran suscriptores de pago, correspondientes tanto a productos de acceso (1,3 millones) como a servicios de comunicación y portal (0,5 millones).

Los suscriptores de acceso al final del primer trimestre de 2002 ascienden a 4,4 millones, de los cuales 1,3 millones son suscriptores de pago y el resto corresponden a su servicio de acceso gratuito. Los suscriptores de acceso de pago han experimentado un incremento del 21% con respecto al mismo periodo del año anterior. De ellos, 272.000 son clientes de ADSL que han sufrido un incremento del 353% frente al primer trimestre de 2001.

El promedio de páginas vistas diarias en marzo de 2002 fue de 450 millones lo que supone más de 13.500 millones de páginas vistas al mes, y representa un incremento del 4% con respecto al primer trimestre de 2001. El número de usuarios únicos aumentó un 16% en relación con el mismo periodo del año anterior, alcanzando en marzo de 2002 la cifra de 115 millones.

Datos Financieros

Durante el primer trimestre de 2002 el Grupo Terra Lycos alcanza unos ingresos totales de 161 millones de euros, cifra que está en línea con las estimaciones anunciadas por la compañía.

El Grupo Terra Lycos ha mantenido una eficiente labor de gestión de costes a través de procesos que han permitido mantener la progresiva reducción de los costes operativos. Así, la compañía ha recortado sus gastos en más de un 31% respecto al primer trimestre del año anterior, lo que supone un ahorro de 52 millones de euros.

El resultado operativo antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA) correspondiente al periodo enero-marzo de 2002 fue de -41 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos del -25%, de nuevo en línea con lo previsto por la compañía. La mejora de dicho margen respecto al mismo periodo de 2001 ha sido de 18 puntos porcentuales. Para el cálculo del EBITDA no se incluyen los resultados financieros, el impuesto de sociedades, ni las amortizaciones materiales (considerando a estos efectos los costes de leasing del inmovilizado material) ni inmateriales.

El Grupo Terra Lycos posee una sólida posición de liquidez, contando a cierre de trimestre con más de 2 millardos de euros en caja, lo que le permite financiar sus operaciones y abordar oportunidades de mercado con el objetivo de seguir creciendo de forma rentable.

Evolución de la acción

Terra Networks, S.A. cabecera del Grupo, es la sociedad que forma parte del denominado Nuevo Mercado desde que éste entró en funcionamiento el mes de abril de 2000. Este mercado es un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores que no implica exclusión ni del mercado continuo ni del IBEX 35 y que está dirigido a compañías con altas perspectivas de crecimiento y altos procesos productivos, esto es tecnológicas.

II) PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO

Finalizado el ejercicio 2001, año de la consolidación de la compañía surgida de la fusión entre Terra Networks S.A. y Lycos, Inc., en el presente año la compañía va a continuar con la implementación de su nuevo modelo de negocio en un entorno macroeconómico poco favorable.

La ya desfavorable situación económica con que comenzaba el pasado ejercicio para aquellos países en los que Terra Lycos tiene presencia se vio agravada hacia el final del mismo como consecuencia de los acontecimientos de septiembre pasado en EE.UU. Todo ello vino a afectar a uno de los principales negocios de la compañía, el de la publicidad online. Durante el presente ejercicio 2002 dependerá de si se produce una recuperación macroeconómica y si, por tanto, la recesión por la que todo el mercado atraviesa ha tocado fondo para poder confiar en un entorno económico más positivo que el vivido en la segunda mitad de 2001.

Con la rentabilidad como principal objetivo de la compañía, a principios de 2001 Terra Lycos anunció un nuevo modelo organizativo matricial basado en dos áreas geográficas y tres unidades de negocio, enfocado hacia el cliente y el crecimiento con rentabilidad. En Mayo de 2002 se lleva a cabo la evolución en el modelo organizativo de la compañía ya descrito en el apartado I.

Para liderar la gran oportunidad de negocio que se presenta ante Terra Lycos, la compañía continuará apostando de forma decidida por la paquetización del acceso junto con servicios y contenidos del portal, así como por el lanzamiento al mercado de canales verticales, a través de alianzas estratégicas con compañías líder en sus respectivos sectores. Terra Lycos potenciará la integración vertical de los contenidos, incrementará el alcance de su audiencia y aumentará el nivel de fidelización de los usuarios con servicios y contenidos de valor añadido.

En definitiva, Terra Lycos continuará invirtiendo en posicionamiento y lanzamiento de nuevos productos y servicios, al tiempo que continuará incidiendo en su política de control de costes, enfocándose en lograr su principal objetivo, esto es, en obtener un crecimiento rentable.

Para el segundo trimestre de 2002 esperamos que los ingresos se sitúen en el rango de 170 a 180 millones de euros, con un margen EBITDA negativo de entre -24% y -21%. Para el año 2002, según comunicamos al mercado en el hecho relevante de fecha 26 de Febrero de este año, esperamos que los ingresos se sitúen en el rango de 720 a 780 millones de euros con un margen EBITDA de entre -15% a -19%.

III) PLANES DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PREVISTOS PARA EL DESARROLLO Y EXPANSIÓN

1. Planes de Inversión

En base a los planes de negocio actuales para las sociedades que componen el Grupo Terra Lycos, la inversión bruta prevista en inmovilizado material (principalmente equipos informáticos) y la inversión bruta prevista en inmovilizado inmaterial (principalmente aplicaciones informáticas) asciende a aproximadamente 103 millones de euros en el ejercicio 2002.

Las inversiones brutas realizadas en el ejercicio 2001 tanto en inmovilizado material como inmaterial ascendieron a 108 millones de euros, produciéndose una reducción de 11 millones de euros respecto a los planes de inversión previstos que estimaban unas inversiones de 119 millones de euros. Esta desviación a la baja respecto a lo inicialmente previsto, es consecuencia del esfuerzo importante de mejora de eficiencia y reducción de costes que Terra Lycos ha llevado a cabo durante el ejercicio 2001.

2. Planes de financiación

Terra Lycos 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 Lycos. En el mes de septiembre de 2000 Terra Lycos 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 Lycos de 2.200 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2001, Terra Lycos continúa manteniendo esta privilegiada situación de liquidez de 2,2 millones de euros, debido a la adecuada gestión de caja realizada durante todo el año 2001. Esta gestión ha permitido financiar en el ejercicio 2001 las operaciones de la compañía así como sus inversiones tanto en activo fijo como en adquisiciones (Uno-e, Decompras, Maptel y Raging Bull).

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.

Terra Lycos espera financiar las operaciones, adquisiciones futuras, joint ventures y gastos de mejora de las infraestructuras previstos en el plan de negocio, a través de la combinación de las siguientes fuentes de financiación:

- Uso de la caja actual proveniente de la ampliación de capital que tuvo lugar en el mes de septiembre de 2000.
- El propio cash-flow de las operaciones a partir de alcanzar EBITDA positivo.
- Nuevas emisiones de acciones o financiación externa, en la medida en que fuera necesario.

III) DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD.

A) FACTORES DE RIESGOS ASOCIADOS AL SECTOR DE INTERNET EN GENERAL

1. RIESGOS ASOCIADOS AL CRECIMIENTO DEL MERCADO

Si Internet no sigue creciendo al ritmo esperado, partiendo de la base de que las expectativas están basadas en previsiones relacionadas con el crecimiento del sector y, que éstas podrían ser inciertas, Terra Lycos, podría verse afectada.

2. RIESGOS ASOCIADOS AL PRECIO DE MERCADO DE LAS ACCIONES.

Los ataques terroristas han contribuido a una inestabilidad económica general en los Estados Unidos y en los mercados financieros globales. Las cotizaciones bursátiles para compañías de Internet experimentan una gran volatilidad, no necesariamente relacionada con la evolución real de las mismas.

3. RIESGOS ASOCIADOS AL MARCO LEGAL

Son fundamentalmente:

- El contenido de nuevas normas en Estados Unidos, España y otros países (Digital Millennium Copyright Act, Communications Decency Act, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, etc). Esta legislación puede imponer costes y responsabilidades legales adicionales al negocio de Internet.
- Dificultades para proteger las marcas y riesgos de vulneración de la propiedad intelectual frente a terceros.
- Riesgo de litigios por contenidos y productos que se venden en la red.
- Limitaciones para utilizar comercialmente los datos personales de los usuarios.
- La introducción de la tarifa plana en Internet tanto en España, como en otros países ha afectado y pudiera seguir afectando negativamente a los proveedores de acceso.

4. RIESGOS ASOCIADOS A INTERNET Y AL DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA.

Son principalmente:

- Fallos de transmisiones, debiendo las Compañías mantener el nivel deseado de calidad.
- Alteraciones de los sistemas por virus informáticos, con el riesgo de litigios.
- Capacidad limitada de optimizar la interconexión de las redes y de las plataformas.
- Capacidad limitada en cuanto a la incorporación de nuevos métodos de acceso y mecanismos de comunicación.

B) RIESGOS ASOCIADOS AL GRUPO TERRA LYCOS

1. RIESGOS ASOCIADOS A LOS MERCADOS GEOGRÁFICOS

Cambios sociopolíticos y económicos, principalmente en Latinoamérica, pueden afectar a Terra Lycos que obtiene una parte sustancial de sus ingresos de dichas áreas. Las divisas de muchos de los países han experimentado una importante depreciación, afectando por tanto, a los ingresos y a los gastos expresados en moneda local.

2. RIESGOS ASOCIADOS A LA SITUACIÓN FINANCIERA

Terra Lycos seguirá generando pérdidas. No obstante, espera tener beneficios netos positivos en 2005. Su plan de negocios está basado en expectativas futuras e Internet es un sector muy nuevo y, por tanto, los resultados pueden ser diferentes a los proyectados.

3. RIESGOS ASOCIADOS A LA ESTRATEGIA Y AL NEGOCIO

3.1. Riesgos generales del negocio de acceso a Internet y de Media

Terra Lycos se enfrenta al riesgo del desarrollo de la marca si bien confía que su reconocimiento aumente.

Terra Lycos depende sustancialmente de un equipo humano muy cualificado que pudiera ser difícil retener.

3.2. Riesgos asociados al negocio de acceso a Internet.

Terra Lycos está buscando el cambio del modelo de acceso gratuito al modelo de acceso de pago. Si no lo consigue, no aumentarán los ingresos y los márgenes previstos por este concepto.

3.3. Riesgos asociados al negocio de media.

Son fundamentalmente:

- El estancamiento de ingresos y márgenes por servicios de pago de valor añadido en el caso de que el acceso de banda ancha no se desarrollen los mercados donde opera Terra Lycos con las tarifas previstas..
- La ampliación del número de usuarios del comercio electrónico y las limitaciones en cuanto a la capacidad de prestar eficazmente tales servicios, teniendo en cuenta la gran competencia y la propia tecnología.
- Los ingresos generados por la publicidad en Internet, están sujetos a una demanda difícil de predecir, así como al entorno económico.
- La dificultad para establecer y mantener relaciones estratégicas con nuestros proveedores de contenidos.

4. RIESGOS ASOCIADOS A LA ESTRATEGIA DE ADQUISICIONES E INVERSIONES.

Derivados de la posibilidad de que Terra Lycos no sea capaz de:

- Gestionar con efectividad la expansión de sus operaciones.
- Integrar satisfactoriamente los negocios adquiridos.
- Recuperar todo el fondo de comercio generado por las adquisiciones.

5. RIESGOS ASOCIADOS A LA COMPETENCIA.

Dificultad de mantenerse competitivos en un entorno que lo es mucho, sino se realiza un esfuerzo y desarrollo apropiado de contenidos y servicios.

En Madrid, 5 de Julio de 2002.

Eliás Rodríguez-Viña Cancio
Director General Financiero
Terra Networks, S.A.

Jose F. Mateu Isturiz
Secretario General y del Consejo de Administración
Terra Networks, S.A.