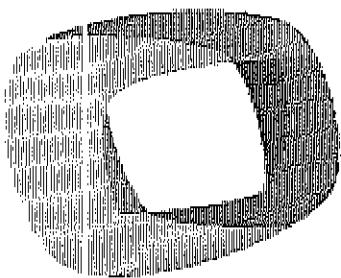


terra



RESULTADOS Enero-Junio 2000

31 de Julio, 2000

Nota a los Comentarios Contenidos en este Informe

La información referente al ejercicio 1999, contenida y utilizada en este informe a efectos comparativos con el año 2000, corresponde a datos proforma, es decir, incluye desde el 1 de enero de 1999 a aquellas compañías que a 31 de diciembre de 1999 componían el Grupo Terra, con independencia de su fecha de adquisición.

RESUMEN

Terra genera en los primeros seis meses del año 2000 ingresos un 6.4% superiores a los de **todo** el año 1999.

<i>Crecimiento</i>	
<i>Anual</i>	<i>Semestral</i>
178%	73%

Los ingresos de publicidad sólo del segundo trimestre de 2000 son superiores a los ingresos de todo el año 1999.

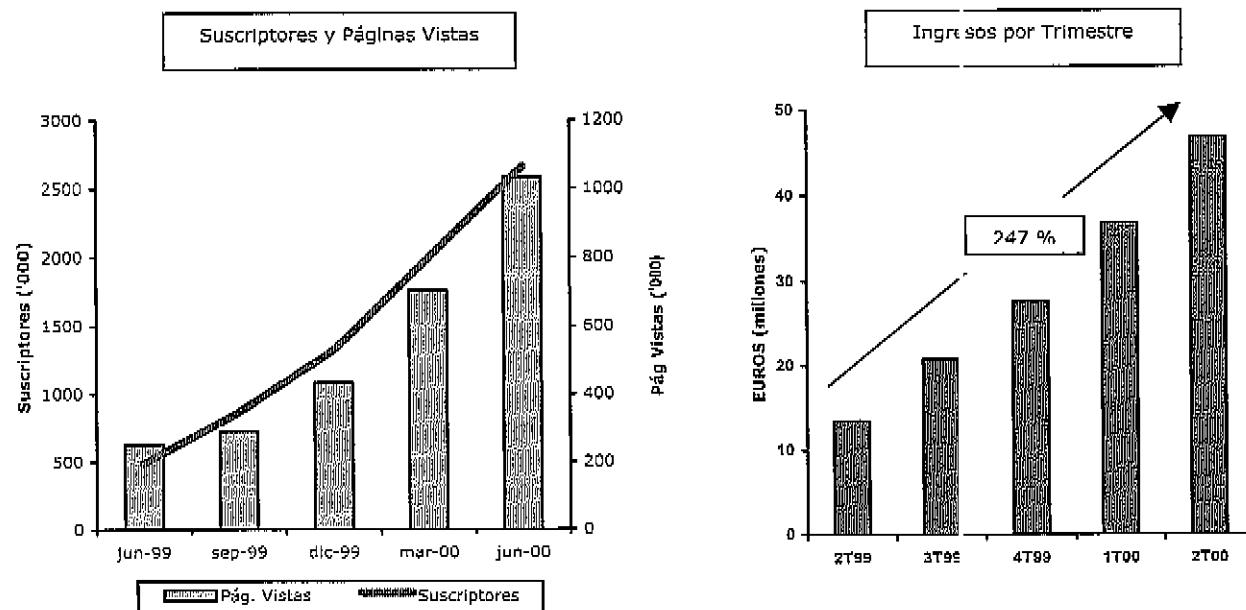
<i>Anual</i>	<i>Semestral</i>
539%	289%

Terra duplica su número de suscriptores en seis meses.

<i>Anual</i>	<i>Semestral</i>
448%	102%

Terra supera la barrera de los 1.000 millones de páginas vistas al mes.

<i>Anual</i>	<i>Semestral</i>
31.1%	138%



PRINCIPALES MAGNITUDES

Datos Operativos

(1)	jun-00	mar-00	dic-99	sep-99	jul-99	% crecim. trimest.	% crecim. anual
Suscriptores (miles)	2.659	1.992	1.317	861	485	33%	448%
(1)	jun-00	mar-00	dic-99	sep-99	jul-99	% crecim. trimest.	% crecim. anual
Visitas - mes (mill)	86,0	62,5	38	22	16	38%	428%
Páginas Vistas - mes (mill)	1.032	705	434	290	251	46%	311%

(1) Cifras correspondientes al mes indicado

Datos Financieros

(millones de Euros) (2)	2T - 00	1T - 00	2T - 99	% crecim. trimestral	% crecim. anual
Ingresos	46,8	36,8	13,5	27%	247%
Acceso	28,6	24,9	5,6	15%	411%
Portal	13,6	7,4	2,4	84%	467%
Otros (3)	4,6	4,5	5,6	2%	-18%

(2) Cifras correspondientes al acumulado del trimestre

(3) Incluye InfoSel Financiero y Lince, principalmente.

DATOS OPERATIVOS

Suscriptores

(miles)	Jun-00	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99
España					
Pago	132	156	158	102	91
Gratis	1.118	782	501	257	95
Total	1.250	938	659	359	186
Brasil					
Pago	465	407	346	267	194
Gratis	247	151	-	-	-
Total	732	558	346	267	194
México					
Pago	136	115	82	49	45
Gratis	237	100	-	-	-
Total	373	215	82	49	45
Otros Países (1)					
Pago	179	200	172	146	33
Gratis	125	80	58	40	27
Total	304	280	230	186	60
Total Suscriptores	2.659	1.992	1.317	861	485
Pago	932	879	758	564	363
Gratis	1.727	1.113	559	297	122

(1) Incluye Chile, Perú, Estados Unidos y Centroamérica

Durante los seis primeros meses del año 2000 Terra duplica su número de suscriptores, y lo cuadriplica a lo largo de los últimos doce meses.

Así, Terra cuenta a junio de 2000 con casi 2.700.000 suscriptores en su servicio de provisión de acceso a Internet (ISP), más de cinco veces los que tenía a junio de 1999, es decir, 2.174.000 suscriptores más, representando un incremento del 448%.

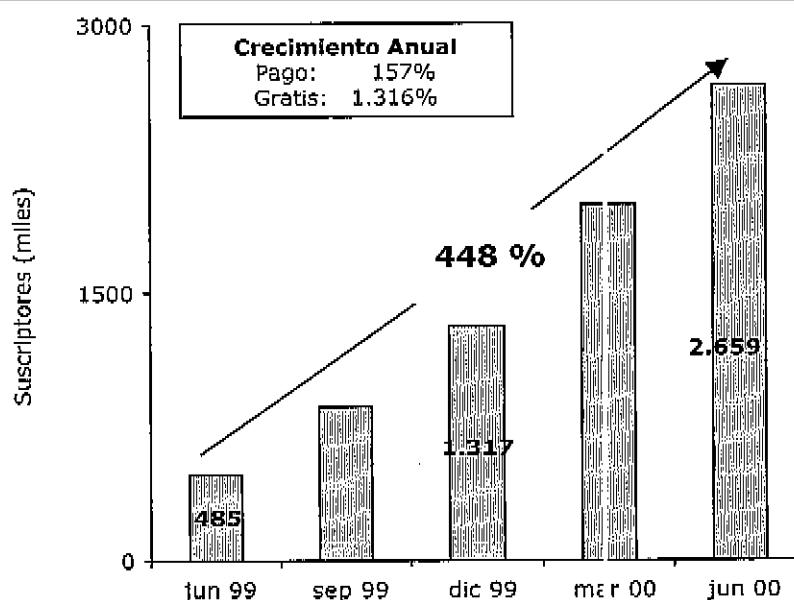
Por su parte, el crecimiento experimentado por la base de clientes de ISP desde diciembre de 1999 a junio del año en curso ha sido de 1.342.000 suscriptores, lo que representa un aumento del 102%. En términos trimestrales, es decir, de marzo de 2000 a junio de

2000, el crecimiento ha sido de 667.000 suscriptores con lo que se ha producido un incremento del 33,5%.

España, Brasil y, particularmente, México han mostrado un comportamiento especialmente positivo en cuanto a captación de suscriptores del servicio de acceso. De esta forma, han experimentado un crecimiento conjunto total a lo largo del último trimestre de 644.000 suscriptores, destacando el caso de México, cuyo crecimiento individual para el último trimestre ha alcanzado el 73,5%.

En cuanto a crecimientos interanuales, esto es, los experimentados de junio de 1999 a junio de 2000, destaca España con un incremento en su base de suscriptores del 572%, así como México con un incremento del 728%.

Se mantiene para el Grupo Terra en su conjunto la fuerte tendencia de crecimiento en el número de suscriptores, tanto de acceso gratuito como de acceso de pago.



Si analizamos la cartera de suscriptores a junio de 2000, una vez cumplido un año desde que Terra comenzara a ofrecer por primera vez **acceso gratuito**, el Grupo cuenta ya con 1.728.000 clientes del servicio de acceso gratuito, esto es, un 1.316% más que a junio de 1999 y un 55% más que a marzo de 2000.

A la oferta de acceso gratuito en España, que se inició en junio de 1999, debemos añadir las de Brasil (febrero 2000), México (marzo 2000) y Chile (marzo 2000). Por ello, los crecimientos experimentados en la cartera de clientes del servicio de acceso gratuito han sido superiores durante los seis primeros meses del año 2000 que durante los seis últimos de 1999 en un 167%.

Atendiendo a su distribución geográfica, el 65% de los clientes del servicio de acceso gratuito se encuentran en España, el 14% en Brasil, un 14% adicional en México y el 7% restante en Chile.

Especialmente destacable resulta el caso de México, donde el lanzamiento del acceso gratuito ha sido decisivo a la hora de captar más de 240.000 nuevos suscriptores en tan sólo tres meses. Es importante mencionar que en el momento de su adquisición, hace poco menos de un año, Infosel contaba únicamente con un total de 45.000 clientes de acceso.

En cuanto a los suscriptores del servicio de **acceso de pago**, Terra cuenta a finales de junio de 2000 con un total de 932.000 clientes, de los que el 52% se encuentra en Brasil y cerca del 30% se reparten a partes iguales entre España y México.

También los suscriptores de pago continúan aumentando progresivamente, habiendo captado 569.000 clientes durante el último año natural y 53.000 durante los últimos tres meses (de abril a junio de 2000).

Hay que destacar como hecho posterior al cierre del trimestre que el mes de Julio se lanzó en España una tarifa plana de acceso a Internet por un precio mensual de 2.750 pesetas.

Páginas Vistas

(millones)	jun-00	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99
España	175	115	89	40	34
Brasil	537	389	267	216	186
México	156	116	67	27	28
Otros Países (1)	164	85	11	7	3
Total Páginas Vistas	1.032	705	434	290	251

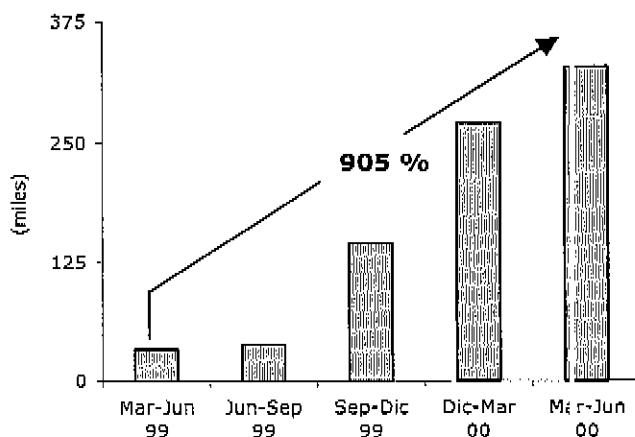
(1) Incluye Chile, Perú, Argentina, Centroamérica, Estados Unidos, Venezuela y Uruguay.

El número de páginas vistas del Grupo registradas en junio de 2000 alcanza la cifra de 1.032 millones, superando por vez primera la barrera de los 1.000 millones, arrojando una media superior a los 33 millones de páginas vistas por día.

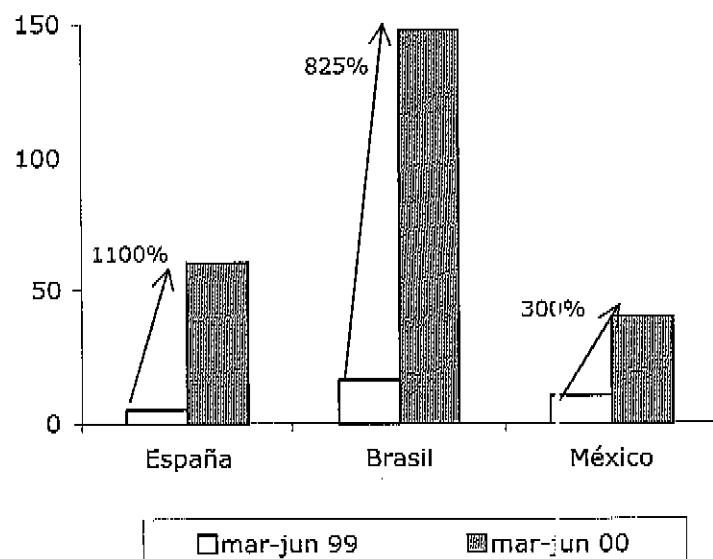
Junio de 2000 registra 781.000 páginas vistas más que el mismo mes del ejercicio anterior, lo que representa un incremento del 312% respecto a un año antes. Asimismo, si comparamos el número de páginas vistas en marzo de 2000 con el correspondiente a junio del mismo año, se observa un crecimiento del 46%, registrándose 327 millones más de páginas vistas. Esto supone que el incremento producido en el número de páginas vistas desde marzo pasado hasta junio ha sido superior en casi 60 millones al incremento registrado desde diciembre de 1999 hasta marzo de 2000.

Esta tendencia ascendente puede verse claramente reflejada en el siguiente gráfico (cada barra muestra el aumento de páginas vistas experimentado entre el primer y último mes de cada período).

Crecimiento Páginas Vistas



En todos aquellos países en los que Terra está presente se observa un crecimiento importante y sostenido del tráfico de los portales. Destacan España, Brasil y México, nuestros principales mercados, tal como se muestra en el gráfico (cada barra refleja el aumento de páginas vistas experimentado entre el primer y último mes de cada periodo)



Visitas

El número de visitas en el mes de junio de 2000 asciende a 86 millones, cifra 71 millones superior (+428%) a la registrada en junio de 1999 y 24 millones superior (38%) a la registrada en el pasado mes de marzo.

(millones)	jun-00	mar-00	dic-99	sep-99	jul-99
España	25	23	17	8	7
Brasil	23	18	12	10	8
México	20	12	7	3	2
Otros Países (1)	18	9	3	2	-
Total Visitas	86	63	38	22	16

(1) Incluye Chile, Perú, Argentina, centroamérica, Estados Unidos, Uruguay y Venezuela

DATOS FINANCIEROS

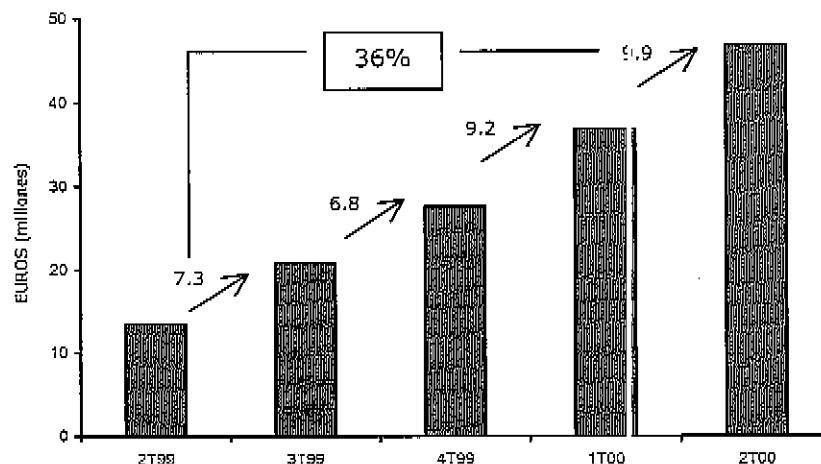
Ingresos

La cifra de ingresos registrada en los seis primeros meses del año 2000 alcanzó los 83,6 millones de euros, es decir, 53,5 millones de euros ó 178% más que los obtenidos a junio de 1999. Los ingresos correspondientes a estos seis primeros meses de ejercicio superan la facturación de todo el año 1999.

En el periodo marzo-junio de 2000 se ha producido respecto al trimestre inmediatamente anterior un crecimiento en los ingresos equivalente a 10 millones de euros, esto es, un aumento del 27%, mientras que dichos ingresos respecto a los últimos tres meses de 1999 ascienden a 19,2 millones de euros y a casi un 70% superior.

(millones de Euros)	2T - 00	1T - 00	4T - 99	Año 99
Ingresos	46,8	36,8	27,6	78,5

Tal como muestra el siguiente gráfico, la tendencia mostrada continúa siendo la de un crecimiento sostenido por trimestres.



Ingresos por Países

(millones de EUR)	Jun. 00	% total	Jun. 99	% total	% crec. anual
España	16,9	20%	3,6	12%	369%
Brasil	27,8	33%	8,6	29%	223%
México	22,1	26%	13,0	43%	70%
Otros (1)	16,8	20%	4,9	16%	244%
Total Ingresos	83,6	100%	30,1	100%	173%

(1) Incluye Chile, EEUU, Centroamérica, Argentina, Perú, Uruguay y Venezuela

España, Brasil y México continúan contribuyendo con casi el 80% de los ingresos de Terra a junio de 2000.

El resto de países contribuye en su conjunto con casi el 20% restante de los ingresos del Grupo. Chile y Estados Unidos, por su parte, son los países que dentro de Terra más contribuyen a los ingresos bajo el epígrafe de "Otros", englobando casi el 78% del total. En especial, Estados Unidos que lanzó su portal en el mes de enero de 2000, ha sido capaz de generar en el último trimestre en el negocio de portal ingresos un 160% superiores a los del primer trimestre.

La contribución a los ingresos de este grupo de "Otros" va en aumento, no sólo porque Terra continúa su expansión geográfica en los países de habla hispana y portuguesa, sino también por la propia evolución del negocio en aquellos países en los que ya estaba presente. De esta forma, la contribución de este grupo de países al total de ingresos de Terra aumenta de un 16% en junio de 1999 a un 21% en junio de 2000.

Ingresos por negocio

(millones de EUR)	jun-00	% total	jun-99	% total	% crec. anual
ISP	53,5	64%	18,1	60%	196%
Acceso y SVA(1) Residencial	40,3	48%	15,5	52%	159%
Acceso y SVA(1) Corporativo	4,7	6%	2,6	9%	83%
Tráfico Inducido	8,5	10%	0,0	0%	n.a.
Portal	21,1	25%	3,3	11%	548%
Publicidad	16,9	20%	2,6	9%	539%
e-commerce	3,6	4%	0,6	2%	485%
Otros	0,6	1%	0,0	0%	n.a.
Otros Ingresos (1)	9,1	11%	8,5	29%	3%
Total Ingresos	83,6	100%	30,1	100%	178%

(1) Incluye Infosel Financiero y Lince, principalmente.

El cambio en el "mix" de ingresos caracteriza el primer semestre de Terra en el año 2000 y evidencia que la estrategia que nos planteamos a inicios del año está mostrando ya resultados.

La provisión de acceso y el portal (publicidad y e-commerce) siguen siendo las más importantes fuentes de ingresos, sin embargo, su contribución dentro del total ha variado considerablemente durante el último semestre y más aún durante el último año.

Conforme a nuestras estimaciones, el peso que poseen tanto los ingresos de acceso como la línea "Otras Ingresos" sobre el total de ingresos va disminuyendo. Así, en el caso de los ingresos de acceso se ha pasado de representar el 71% del total de ingresos en diciembre de 1999 al 64% en junio de 2000. Mientras, la línea correspondiente a "Otras Ingresos" ha reducido su contribución, pasando de un 29% en junio de 1999 y un 18% en diciembre pasado a un 11% en junio de 2000. Por el contrario, los ingresos de publicidad han duplicado su aportación al total de los ingresos del Grupo, al pasar a representar un 20% del total de ingresos del Grupo a junio de 2000 desde el 9% que representaban en diciembre pasado.

Ingresos ISP

Los ingresos derivados del negocio de provisión de acceso a internet (ISP) provienen de clientes de pago, tanto por la prestación del servicio de acceso (premium, ADSL, RDSI y cable) como por los servicios

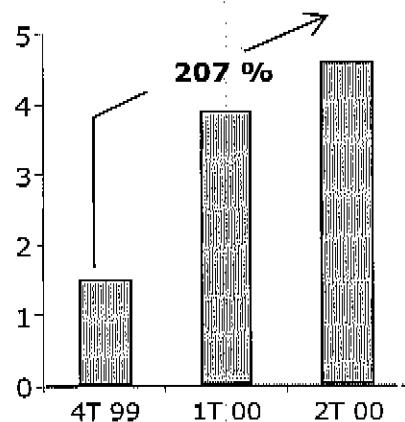
de valor añadido, contenidos (es el caso de Disney Club Blast que se ofrece junto con los servicios premium) y del tráfico inducido.

Los ingresos por provisión de acceso a clientes residenciales ascienden a 40 millones de Euros, lo que supone el 48% del total de ingresos del Grupo, por un lado, y el 75% del total de ingresos del negocio de ISP, por otro.

Los costes asociados a la provisión de acceso gratuito se ven compensados cada vez más por los ingresos por tráfico inducido derivados de los acuerdos existentes con operadores de datos locales en España, Chile y México y que se basan, fundamentalmente, en el tráfico que se genera en las redes de datos a través del negocio de Internet.

En los seis primeros meses de este año, Terra ha generado ingresos por tráfico inducido por 8,5 millones de Euros, lo que viene a suponer el 10% de los ingresos totales del Grupo y un 16% del total de los ingresos del negocio de ISP.

Ingresos Tráfico Inducido (Mill. Eur)



Como se aprecia en el gráfico anterior, los ingresos que se generan por este concepto van aumentando cada trimestre de forma significativa, lo que se debe tanto al incremento en el número de suscriptores, así como al mayor tiempo que estos permanecen conectados.

Ingresos Portal

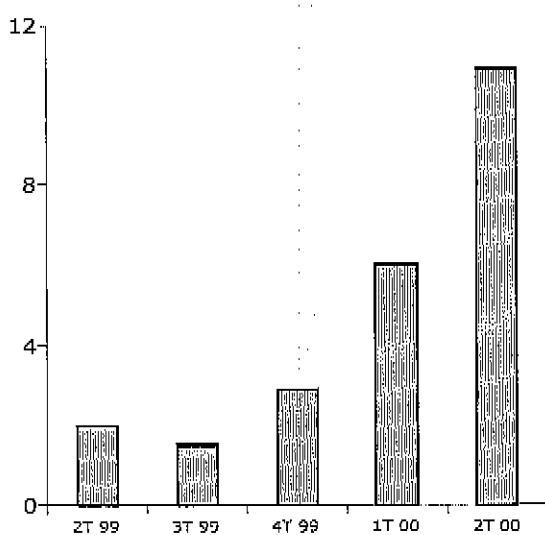
Los ingresos de portal provienen fundamentalmente de la publicidad y del comercio electrónico.

Publicidad

En el primer semestre de 2000 se destaca el importante crecimiento en los ingresos de publicidad. Durante este periodo se alcanzan ingresos por 16,9 millones de Euros, cifra un 539% superior a la correspondiente al primer semestre de 1999 y un 142% superior a la correspondiente al periodo enero-diciembre de 1999. Es de destacar incluso que los ingresos sólo del segundo trimestre del año 2000 son superiores a la totalidad de ingresos por publicidad del año 1999.

La tendencia que se observa en estos ingresos es progresivamente ascendente, ya que los ingresos por publicidad en cada trimestre son muy superiores a los del trimestre anterior; así, en los tres últimos meses - abril a junio - se generan ingresos por publicidad un 84% superiores a los generados en los tres primeros meses del año 2000.

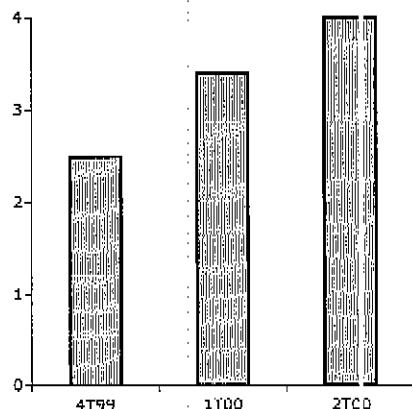
INGRESOS PUBLICIDAD (Mill. Eur)



Aunque todos los países arrojan crecimientos superiores al 100% respecto al primer trimestre de 2000, cabe destacar los crecimientos experimentados por México (300%), USA (256%) y Chile (288%).

Por otro lado, el ratio ingresos de publicidad por trimestre dividido por el total de páginas vistas acumuladas del período (CPM efectivo) muestra una progresiva mejora en la medida en que paulatinamente se va vendiendo una parte mayor del inventario de Terra.

PUBLICIDAD/ MILES PAGINAS VISTAS-ACUMULADAS



Comercio Electrónico

Los ingresos provenientes del comercio electrónico alcanzan los 3.6 millones de Euros a junio de 2000, que aunque representan un importante incremento del 485% anual y del 182% trimestral, su contribución al total de ingresos (4.3%) en relación a los negocios de acceso y publicidad aún no es significativa.

Durante el primer semestre Terra se ha centrado en instalar las plataformas necesarias en los distintos países para sentar las bases del negocio de comercio electrónico a través de Terra, como portal horizontal. Al mismo tiempo, se ha incrementado el número de merchants presente en nuestros portales.

Por otro lado, Terra persigue una estrategia de verticalización en las principales categorías de comercio electrónico. Ya está en funcionamiento en fase piloto el portal de viajes en Joint Venture con

Amadeus, que se lanzará definitivamente después del verano. Se ha continuado trabajando en los acuerdos ya alcanzados. Así, la joint venture constituida al 50% con Telepizza para distribuir productos en un plazo de una hora, comenzará a estar operativa inicialmente en Madrid al final del trimestre para implantarse paulativamente en otras ciudades de Latinoamérica donde Terra está presente.

En el caso de De Remate, el mayor site de subastas de latinoamérica del que Terra controla un 30%, se cuenta ya con un site co-branded en Brasil, lanzado en el último trimestre y se espera completar el resto de países durante la segunda mitad del año.

En cuanto al portal financiero Invertia, se han alcanzado acuerdos con Renta4, BBVA y E-cortá que amplía la oferta de servicios a nuestros clientes.

También en la segunda mitad del año se espera poder concluir algunos de los acuerdos que se encuentran en marcha y que ampliará la presencia de Terra en los verticales más importantes.

Otros Ingresos

Se incluyen en esta línea los ingresos procedentes de "InfoSel Financiero" (sistema de información financiera) y "Lince" (sistema de cambio electrónico), ambos en México. En su conjunto, estos ingresos ascienden al 9% del total de ingresos del Grupo.

Coste de Ventas

El coste de ventas viene integrado por la suma de los costes de comunicación, atención técnica y compras. Si bien el crecimiento interanual ha sido de 142% hay que destacar que los ingresos han crecido a tasas superiores, habiendo aumentado el 178%.

Los costes de **comunicación**, que incluyen el alquiler de la red de datos, suponen el 36% del coste total de ventas. Aunque nuestros clientes han crecido un 448% en el último año, los costes de comunicación sólo han crecido el 290%,

El crecimiento interanual del 290% se explica por un lado por el redimensionamiento de la red en función de nuestros clientes actuales y para anticiparnos al elevado número de clientes a captar en el corto plazo, y por otro, en las amplias necesidades de ancho de banda que exige la oferta multisorte de Terra (dial-up, ADSL, RDSI).

En cuanto a los costes de **atención técnica** o "call centers", estos incluyen los gastos generados por los servicios de atención que se prestan a los clientes del negocio de provisión de acceso, con el objeto de solventar problemas técnicos y facilitar información. Igualmente, se incluyen en esta línea los gastos del personal propio asignado al servicio, así como los costes de subcontratación.

A junio de 2000, los gastos correspondientes a "Atención Técnica" ascienden a Eur 17,8 millones, lo que supone un coste aproximado por suscriptor y mes de Eur 1,2. Estos costes suelen ser más elevados cuando se trata de nuevos suscriptores, por lo que se espera vayan disminuyendo a medida que los clientes se familiarizan con el servicio.

El crecimiento interanual de los costes de atención técnica de 70% en comparación con el incremento del 448% en el número de clientes evidencia que el tamaño permite reducir el coste por cliente medio de 28,5 a 8.98 Euros.

En la partida correspondiente a **compras** se incluyen aquellos aprovisionamientos en que se incurre para su posterior venta o distribución y que incluyen elementos tales como kits de conexión, CDs, modems, software...

Marketing

Los gastos de marketing correspondientes a la primera mitad del año 2000 ascienden a Eur 82 millones, de los cuales Eur 49,3 millones han sido ocasionados a lo largo del segundo trimestre, como resultado de las acciones emprendidas para la consecución de los objetivos de reconocimiento de marca, lanzamiento de productos y captación de nuevos clientes.

Si bien los gastos de marketing son los que más crecen debido al proceso de unificación de marcas (Zaz, Infosel, Ole, CTC Internet, GauchoNet, Donde, Infovía)

de modo que en el primer semestre son similares a los ingresos obtenidos, es previsible estimar que en futuros periodos este gasto no supere a los ingresos.

Gastos de Personal

Se incluyen aquí los gastos correspondientes a todo el personal de Terra, excepto los asignados al servicio de atención técnica, que se imputan en ese epígrafe. En total, Terra cuenta a junio de 2000 con 2.252 empleados en todo el Grupo.

Otros Gastos Operativos

Finalmente, aparecen incluidos aquí los gastos de estructura y los gastos de adquisición y desarrollo de contenidos.

Los gastos de estructura, que representan el 80% de este epígrafe, recogen conceptos como arrendamientos, seguros, etc., de los cuales el más importante es el de "Servicios Profesionales Independientes", que asciende al 50% del total de los gastos de estructura por el gran volumen de actividades de Desarrollo de Negocio.

Por otro lado, también se incluyen una serie de tributos, fundamentalmente en Brasil, que suponen el 7% de los gastos de estructura.

HECHOS RELEVANTES

- **31 de marzo:** BBVA y Bertelsmann Services Group firman su adhesión a la alianza firmada anteriormente entre Terra Networks, S.A. y Logista para la creación de una compañía de servicios logísticos (e-fulfillment).
- **10 de abril:** Terra Networks, S.A. y Motorpress-Ibérica (MPIB) suscriben una alianza internacional para la creación de un portal vertical del motor.
- **12 de abril:** Terra Brasil lanza el servicio "Instan Terra", que permite mantener conversaciones privadas en tiempo real. Se lanzará luego en España y posteriormente en el resto de países.
- **12 de abril:** Terra Networks, S.A. firma un acuerdo con la compañía Real Networks, líder en distribución de contenidos multimedia en Internet, para la distribución de dos canales Terra exclusivos dentro de su producto RealPlayer G7 en español y portugués.
- **14 de abril:** Terra Networks, S.A. Brasil presenta su portal WAP, en colaboración con Telefónica Celular, y que contará con contenidos específicos accesibles desde el teléfono móvil.
- **3 de mayo:** Terra Networks, S.A. decide adquirir a IDT Corporation el 49% que ésta posee en Terra Networks Access Services y el 10% de Terra Networks Interactive Services.
- **10 de mayo:** Terra Networks, S.A. se alía con Vignette para integrar todas sus actividades de comercio electrónico a nivel mundial.
- **16 de mayo:** Terra Networks, S.A. informa de que adquirirá Lycos por un importe total de \$12.5 millones en títulos, creando Terra-Lycos, el primer portal global de Internet.
- **25 de mayo:** Terra Networks, S.A. y el Grupo Banco Popular alcanzan un acuerdo para potenciar el comercio electrónico, por el cual Banco Popular proveerá una solución de gestión de cobro para compras realizadas en el portal de Terra en España.
- **25 de mayo:** Invertia se consolida como el primer portal financiero de España con más de 21 millones de páginas vistas en el mes de marzo.
- **30 de mayo:** Invertia contará con una oficina virtual de Renta4, la cual ofrecerá sus servicios de broker online.

- **6 de junio:** Terra Networks, S.A. y Real Names se alían para facilitar la búsqueda de información a los usuarios de Internet
- **8 de junio:** La primera Junta General de Accionistas de Terra Networks, S.A. respalda la compra de Lycos.
- **12 de junio:** El BBVA inaugura un servicio de investigación y análisis en Invertia.com, incluyendo el lanzamiento de una oficina virtual para la realización de transacciones online.
- **13 de junio:** Terra Networks, S.A. y Go.com, línea de negocio de Internet de Walt Disney Company, alcanzan un acuerdo por el cual Terra ofrecerá contenidos de Disney Blast en exclusiva para España y Latinoamérica.
- **14 de junio:** Terra Networks, S.A. lanza su portal en Venezuela, previendo convertirse en el primer portal del país a finales de año.
- **16 de junio:** Terra Networks, S.A. y Telepizza firman una Joint Venture de comercio electrónico para entregar productos entre 1 y 24 horas.
- **16 de junio:** Terra Networks, S.A. adquiere el 100% de Ifigenia Plus para constituir el primer portal de contenidos educativos en España y Latinoamérica.
- **19 de junio:** Invertia y E-Cortal firman un acuerdo para ofrecer servicios de broker online.
- **29 de junio:** Terra Networks, S.A. lanza su portal en Uruguay con el objetivo de ser líder a finales de año.

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

31 de Junio de 2000

(millones de €)

	<u>IS - 2000</u>	<u>IS - 1999</u>	<u>Cambio %</u>
ISP	53,5	18,1	195,5%
Portal	21,1	3,3	548,2%
Otros Ingresos	9,1	8,8	3,3%
Total Ingresos	83,6	30,1	177,7%
Coste de Ventas	(52,8)	(21,9)	141,6%
Comunicaciones	(30,5)	(7,8)	289,8%
Atención Técnica	(17,8)	(10,5)	69,6%
Compras	(4,5)	(3,5)	27,8%
Margen Bruto	30,8	8,3	273,1%
Marketing	(81,6)	(6,9)	1078,1%
Personal	(29,5)	(7,4)	300,0%
Otros Gastos Operativos	(73,7)	(13,3)	453,0%
EBITDA	(154,1)	(19,4)	694,9%
Amortizaciones	(26,9)	(1,5)	1675,6%
Margen Explotación	(180,9)	(20,9)	765,9%
Financ. y Extraordinarios	(5,0)	(0,9)	440,9%
Resultado antes de Impuestos y Fdo Comercio	(186,0)	(21,8)	752,1%
Impuesto de sociedades	76,2	4,1	1752,5%
Resultado después de Impuestos y antes Fdo Comercio	(109,8)	(17,7)	519,9%
Amort.Fondo de Comercio	(57,8)	(54,4)	n.a.
Resultado Neto	(167,6)	(72,1)	132,4%
Socios externos	1,7	1,7	0,6%
Resultado Sociedad Dominante	(165,9)	(70,4)	135,6%

(1) Servicios valor añadido

BALANCE CONSOLIDADO**31 de Junio de 2000***(millones de €)*

ACTIVO	
Inmovilizado	952
Material	68
Inmaterial	200
Financiero	169
Fondo de Comercio	515
Circulante	396
Tesorería e Inv. Temporales	241
Otros activo circulante	155
TOTAL ACTIVO	1.348
PASIVO	
Fondos Propios	1.074
Otro Pasivo	274
TOTAL PASIVO	1.348