

COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

TERRA NETWORKS, S.A., con el presente escrito, da cumplimiento en los términos del artículo 82 de la Ley de Mercado de Valores y del artículo 5 de la Orden Ministerial 22 de diciembre de 1.999, a las obligaciones informativas que, por su carácter de entidad emisora cuyos valores se negocian en el Nuevo Mercado. La información que a continuación se transmite y comunica en forma de Hecho Relevante es una síntesis de lo ya publicado en los epígrafes correspondientes del Folleto de ampliación de capital verificado e instado en el Registro Oficial de la CNMV, con fecha 30 de octubre de 2000, actualizado con los Hechos Relevantes, objeto de comunicación de fechas 8 y 9 de mayo y 16 de junio de 2001 y, completado literalmente con algunas informaciones publicadas en el documento 20-F registrado recientemente ante la Securities and Exchange Commission estadounidense

FACTORES DE RIESGO RELATIVOS A LA SOCIEDAD

1. RIESGOS ASOCIADOS A LA SITUACIÓN FINANCIERA Y EL NEGOCIO DE TERRA

Limitada trayectoria de TERRA

TERRA fue constituida el 4 de diciembre de 1998, si bien desde 1995 algunos de los negocios que hoy desarrolla TERRA estaban integrados en empresas del Grupo TELEFONICA. Algunas de las compañías que han sido adquiridas para ser incorporadas en TERRA, son compañías de reciente constitución.

Por consiguiente, TERRA cuenta con un historial operativo limitado para que el negocio pueda ser evaluado. Exponemos más adelante las incertidumbres más importantes que TERRA cree que afecta al sector en el que opera.

El negocio de TERRA seguirá generando pérdidas

TERRA nunca ha tenido beneficios. En el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2000 TERRA registró unas pérdidas netas de 556,4 millones de euros frente a unas pérdidas netas de 81,4 millones de euros en el ejercicio que finalizó el 31 de diciembre de 1999. Se prevé que la compañía siga teniendo pérdidas. Tomando como base el plan estratégico de la compañía y la experiencia de otros portales de Internet y de los Proveedores de Servicios de Acceso a Internet (ISPs), se prevé que TERRA no tendrá un beneficio operativo (EBITDA) durante, al menos, un año más.

Los resultados actuales no son indicativo de resultados futuros, que están sujetos a fluctuaciones significativas

Los ingresos y resultados operativos futuros de TERRA pueden fluctuar significativamente debido a una combinación de factores, como por ejemplo:

- el hecho de tratarse de un negocio start-up,
- su estrategia de adquisiciones y crecimiento

- actividades promocionales hechas por la compañía y por sus competidores,
- las fluctuaciones en el cambio de divisas
- una actividad mayor de compras al por menor en determinados trimestres en comparación con otros; y
- su capacidad para identificar y sacar provecho de nuevas corrientes de ingresos

Por consiguiente, no se debe acudir a comparaciones año a año de los resultados operativos como indicativo del rendimiento futuro. Asimismo, aunque se ha experimentado un fuerte crecimiento de ingresos durante 2000, se piensa que va a ser difícil conseguir el mismo nivel de crecimiento de ingresos en 2001 o en futuros ejercicios. Es posible que en próximos periodos los resultados operativos estén por debajo de las expectativas de los analistas del mercado y de los inversores. Ello podría provocar una bajada del precio en el mercado de valores de las acciones de TERRA.

Dificultad en la recuperación del fondo de comercio generado por las adquisiciones

El fondo de comercio representa el precio de compra de una adquisición menos el valor atribuido a los activos adquiridos. Parte de la estrategia implica realizar importantes adquisiciones y TERRA ha generado un volumen considerable de fondo de comercio gracias a adquisiciones, principalmente la de Lycos. Como los negocios de Internet que pueden ser objetivos de TERRA no suelen contar con activos tangibles de importancia, es posible que la adquisición de estos negocios siga generando un importante fondo de comercio.

A 31 de diciembre de 2000, TERRA tiene un fondo de comercio de 2.266 millones de euros, equivalente al 33,6% de sus activos totales en esa fecha. TERRA no puede asegurar que pueda recuperar la totalidad del fondo de comercio que actualmente contabiliza como activo. Aunque ahora se está amortizando el fondo de comercio durante un período de cinco años, es posible que para algunos activos el período de amortización se reduzca debido a diversos factores (velocidad del cambio tecnológico, intensa competencia,...) que en el futuro indiquen que el valor atribuido de las adquisiciones no concuerda con su valor contable. También, es posible para otros activos que el período de amortización se extienda para lograr una mejor correlación con la realidad económica de los negocios adquiridos y con el ritmo efectivo de maduración del sector.

El fondo de comercio generado por las adquisiciones conlleva unos niveles de amortización sustancialmente más altos de los que han sido registrados históricamente

El fondo de comercio se está amortizando durante un período de cinco años. El aumento sustancial del fondo de comercio descrito anteriormente también supone un aumento de los gastos de amortización, desde los 28,6 millones de euros para los doce meses que finalizaron el 31 de diciembre de 1999, hasta los 253,5 millones de euros para los doce meses que finalizaron el 31 de diciembre de 2000. Es posible que se adquieran más empresas y se genere más fondo de comercio en el futuro, con el consiguiente aumento de los gastos de amortización.

Posibilidad de no recuperar nunca las importantes inversiones realizadas en otras compañías tecnológicas

TERRA ha realizado importantes inversiones a fin de adquirir intereses minoritarios en otras compañías tecnológicas. El valor de dichas inversiones se recortó considerablemente en el ejercicio 2000, y es posible que siga cayendo en el futuro. Puede que TERRA nunca recupere las inversiones en dichas compañías, lo que tendría un importante efecto negativo sobre los resultados y la situación financiera.

2. RIESGOS ASOCIADOS A LA ESTRATEGIA Y AL NEGOCIO

Posibilidad de riesgos asociados al comercio electrónico

TERRA cree que la parte del negocio dedicada al comercio electrónico va a tener un papel muy importante en su futuro crecimiento económico y su desarrollo. Sin embargo, para poder llevar a cabo su iniciativa en el campo del comercio electrónico debe contar con terceros proveedores, y si éstos no prestan un servicio de calidad a los usuarios de sus sitios web, no entregan puntualmente a sus usuarios los productos comprados en sus sitios web o no entregan productos satisfactorios, se puede producir un clima de insatisfacción entre los usuarios que, a su vez, puede hacer que dichos usuarios dejen de visitar sus sitios web o de utilizar sus servicios. Asimismo, dado que TERRA intermedia en las operaciones de comercio electrónico, es posible que los usuarios la impliquen en reclamaciones asociadas a los productos adquiridos, entre ellas las relacionadas con responsabilidad del producto y con la protección al consumidor. Igualmente TERRA puede sufrir pérdidas como resultado de los pedidos realizados con datos fraudulentos de tarjetas de crédito, aunque el pago de estos pedidos haya sido autorizado por la entidad financiera correspondiente.

Posible falta de éxito en la ampliación del número de usuarios de los servicios de TERRA de comercio electrónico y limitación de su capacidad para prestar eficazmente estos servicios por falta de relación directa de facturación con sus usuarios.

TERRA ha dedicado, y tiene intención de seguir dedicando, importantes recursos al desarrollo y la mejora de sus servicios de comercio electrónico. Estos servicios, como Lycos Shop y Terra Compras/Terra Shopping, enlazan usuarios con una red de minoristas con la que mantiene relaciones. Sin embargo, TERRA simplemente proporciona un medio a través del cual sus usuarios pueden acceder a los vendedores de los productos y no establece una relación directa de facturación con sus usuarios después de dichas ventas. Asimismo, una gran cantidad de sus usuarios utilizan actualmente sus servicios de compra en la red sólo para reunir información para la realización de futuras compras fuera de la red. TERRA va a tener que persuadir eficazmente a los usuarios que buscan información para que realicen compras si quiere que sus espacios de comercio electrónico tengan éxito. Por último, el éxito de sus espacios de comercio electrónico también va a depender, entre otras cosas, de su capacidad para atraer y retener marcas conocidas dentro de su red de minoristas. Los ingresos que genera de sus servicios de comercio electrónico tienen típicamente la forma de una prima o comisión que paga el minorista a quien su usuario haya realizado una compra. Si el usuario tiene una experiencia de compra satisfactoria con un minorista determinado, es posible que más adelante este usuario se ponga en contacto directamente con ese minorista y no lo haga a través del servicio de TERRA. Si los usuarios evitan el paso por los espacios de comercio electrónico, como Lycos Shop y Terra Compras /Terra Shopping, y contactan directamente con los minoristas, no recibe ningún ingreso por las compras que se realicen a través de dicho contacto directo. Es posible que otros proveedores de compras en la red, incluidas empresas con las que TERRA tiene relación, ofrezcan una posibilidad realizar compras de una manera más cómoda y global debido a su dedicación exclusiva al comercio electrónico. Como consecuencia, TERRA puede tener dificultades a la hora de competir con esas empresas para captar usuarios de servicios de comercio electrónico. La incapacidad de sus servicios de comercio electrónico de generar ingresos significativos podría tener un importante efecto negativo en su negocio.

Volatilidad del precio de acciones de TERRA y la influencia que en él tienen factores relacionados con el sector de Internet.

Los precios de mercado de las acciones ordinarias de TERRA han estado sometidos a considerables fluctuaciones, y posiblemente sigan así. La fluctuación de estos precios puede deberse a cualquiera de las siguientes causas:

- Variaciones trimestrales en sus resultados operativos.
- Anuncios de novedades tecnológicas o de nuevos productos y servicios electrónicos, realizados por TERRA o sus competidores.
- Cambios en las estimaciones financieras y las recomendaciones realizadas por analistas financieros.
- El resultado operativo y el comportamiento del precio de las acciones de otras compañías que los inversores consideren equiparables a TERRA.
- Noticias relativas a tendencias en los mercados.

Asimismo, el mercado bursátil en general, y los precios de mercado para compañías relacionadas con Internet en particular, han experimentado una extrema volatilidad que a menudo no ha estado relacionada con el comportamiento operativo de dichas compañías. Estas amplias fluctuaciones que padecen el mercado y el sector pueden afectar negativamente al precio de las acciones ordinarias de TERRA, sin que se tengan en cuenta los resultados de explotación. Además, las fluctuaciones en el precio de mercado de las acciones ordinarias de TERRA podrían dar lugar a pleitos con los accionistas, lo que iría en perjuicio de su negocio.

Gran dependencia de los ingresos generados por la publicidad en Internet, sujeta a una demanda incierta de los clientes de TERRA reales y potenciales, difícil de pronosticar con exactitud.

Una parte importante de los ingresos de TERRA proceden de anuncios exhibidos en sus portales y sitios en la red.

La capacidad de TERRA para seguir consiguiendo importantes ingresos por publicidad depende de:

- El crecimiento de su base de usuarios.
- El interés que despierte su base de usuarios para los anunciantes.
- La capacidad de TERRA para obtener mejor información demográfica y de otra naturaleza de sus usuarios.
- La aceptación por parte de los anunciantes de la web como medio publicitario.
- La capacidad de TERRA para moverse hacia otras formas de publicidad y ampliar este campo.

TERRA está experimentando un cambio en la fuente de ingresos publicitarios, pasando de compañías basadas en Internet a compañías dedicadas a líneas de actividad más tradicionales. Estos anunciantes tienen a menudo necesidades y expectativas bastante distintas de las de compañías con base en Internet en lo que se refiere a programas de publicidad. Si TERRA no logra adaptarse a las necesidades de esos nuevos anunciantes, su negocio, resultados operativos y situación financiera pueden verse afectados negativamente. Asimismo las compañías de Internet están dejando de invertir dinero en publicidad a mayor velocidad de la que se había previsto, y las empresas de líneas de negocio más tradicionales no están destinando dinero a publicidad con la rapidez que se había pronosticado. Estas circunstancias podrían tener un importante efecto negativo sobre el negocio de TERRA, sus resultados operativos y su situación financiera. También TERRA obtiene parte de los ingresos de la venta de anuncios dentro de contratos de corta duración, por lo que es difícil hacer previsiones precisas.

Posibilidad de una gestión poco fiable de la publicidad.

Realizar una colocación y un seguimiento eficaces de anuncios dentro de sitios web de la envergadura y con la intensidad de tráfico que tienen las de TERRA, es una tarea cada vez más importante y complicada, y los programas informáticos y otros métodos de control que existen en la

actualidad están experimentando una rápida evolución. TERRA opera un sistema de gestión de publicidad bajo la licencia concedida por un tercero. En caso de producirse fallos en el sistema o problemas importantes en la operación de este sistema, TERRA no podrá colocar los banners publicitarios ni los patrocinios a través de sus sitios web, y un fallo prolongado de su sistema de gestión de publicidad, o cualquier otra dificultad significativa con el sistema, puede obligarla a proporcionar publicidad gratuita a sus clientes. Asimismo, los anunciantes podrían no incluir publicidad en su sitios web o pagar menos por la publicidad si no perciben que las mediciones de TERRA son exactas o fiables.

Posibilidad de incurrir en gastos relacionados con los acuerdos de TERRA con anunciantes y patrocinadores.

TERRA vende espacio publicitario en sus sitios web y permite a terceros que presten servicios patrocinados y espacios en sus sitios web mediante contratos con anunciantes y patrocinadores que la exponen a riesgos financieros potencialmente significativos. En relación con estos acuerdos, TERRA proporciona, y a veces garantiza, un número mínimo de veces que un anuncio es exhibido o un número mínimo de solicitudes de usuarios de información adicional realizadas mediante un click en el hipervínculo promocional o publicitario. TERRA puede recibir comisiones de patrocinio así como un porcentaje de los ingresos por las operaciones realizadas por estos terceros con usuarios y que tienen su origen en sus sitios web. Estos acuerdos de patrocinio la exponen a riesgos financieros potencialmente significativos, incluido el riesgo de no proporcionar el número requerido de exhibiciones del anuncio o de solicitudes de usuarios de información adicional. Si TERRA no cumple estos mínimos, puede disminuir la comisión que se tiene que pagar o existe la posibilidad de que se la requiera proporcionar servicios gratuitos de patrocinio al patrocinador durante un periodo determinado de compensación. Sus contratos con anunciantes y patrocinadores tienen habitualmente poca duración y pueden ser finalizados con un plazo de preaviso relativamente corto. Los terceros patrocinadores pueden decidir no renovar los contratos de patrocinio a su terminación y algunos de estos acuerdos también obligan a TERRA a integrar el contenido de estos patrocinadores con sus servicios. TERRA debe dedicar recursos e importantes esfuerzos de programación y diseño para llevar a cabo esta integración. Existe la posibilidad de que no pueda atraer otros patrocinadores o renovar los acuerdos de patrocinio existentes a su terminación. Asimismo, ha concedido exclusividad a algunos de sus patrocinadores y puede que en el futuro conceda algunas otras condiciones de exclusividad. Esta exclusividad puede impedir, durante la vigencia de estos contratos de exclusividad, aceptar publicidad o acuerdos de patrocinio sobre un campo determinado en sus sitios web o en toda su red de servicios.

Riesgos asociados al desarrollo de marca.

TERRA cree que crear y mantener las marcas Terra y Lycos en la red es fundamental para la continua expansión y la captación de su público en Internet. Cree que la importancia del reconocimiento de marca va a aumentar en el futuro debido al número cada vez mayor de sitios en Internet. La promoción y mejora de las marcas Terra y Lycos dependerá en gran parte de su capacidad para suministrar de una manera continua productos y servicios de alta calidad. Las marcas Terra y Lycos podrían verse perjudicadas si:

- No se suministran de una manera constante productos y servicios de alta calidad.
- Los consumidores no creen que los productos y servicios son de alta calidad.
- Los consumidores no utilizan los nuevos productos y servicios que se les presentan.
- Las nuevas iniciativas comerciales no son bien recibidas por los consumidores.

Posibilidad de no desarrollar las marcas Terra y Lycos o sus sitios con otras marcas y de no atraer usuarios a la red.

Mantener y desarrollar las marcas Terra y Lycos (incluidas Angelfire.com, Atuhora.com, Gamesville.com, HTMLgear.com, HotBot.com, Invertia.com, Lycos Zone, Matchmaker.com, Quote.com, Raging Bull, Rumbo.com, Sonique.com, Tripod.com, WhoWhere.com y Wired News) es fundamental para su capacidad para ampliar la base de usuarios y aumentar sus ingresos. TERRA cree que la importancia del reconocimiento de marca va a aumentar a medida que crece el número de negocios con base en Internet en los mercados que son su objetivo, especialmente en España y Latinoamérica. Para atraer y retener usuarios, anunciantes y socios de comercio electrónico en Internet, TERRA tiene intención de centrarse en la creación y mantenimiento de lealtad de marca. El éxito de TERRA en la promoción y mejora de sus marcas también dependerá del éxito en el suministro de contenidos y funciones de alta calidad en sus portales y sitios. Si TERRA no logra promocionar sus marcas o si los visitantes de sus portales o sitios o nuestros anunciantes no perciben que los servicios son de alta calidad, el valor de sus marcas puede quedar reducido, lo que tendría un importante efecto negativo sobre su negocio, situación financiera y resultados operativos.

Dificultad para gestionar la expansión de las operaciones de TERRA

Actualmente TERRA está atravesando un periodo de crecimiento rápido, que está exigiendo un gran esfuerzo a sus directivos y recursos operativos. Recientemente se ha contratado a varias personas para importantes puestos directivos, incluido el presidente y director general y el director general financiero.

Dificultad para integrar los negocios adquiridos

Las operaciones de TERRA han aumentado en gran medida por la adquisición de empresas locales de Internet y sobre todo por la adquisición de Lycos. Actualmente TERRA está en proceso de integrar las operaciones, el personal y los productos de estas empresas. También espera adquirir o crear empresas conjuntas con otras compañías de Internet de América Latina y de los EE.UU

Dificultad en la interconexión de redes

TERRA está interconectando sus infraestructuras de red en los distintos países en los que opera. Con una red interconectada, espera poder mejorar el nivel de servicio que proporciona a sus clientes de acceso.

Dependencia de personal cualificado

El éxito de TERRA depende en gran medida de su capacidad de contratar a personal directivo, comercial y técnico altamente cualificado. Este tipo de personas son muy demandadas y es posible que TERRA no pueda atraer al personal que necesita. Las dificultades y costes relativos al aumento del personal se unen al hecho de que muchas de las operaciones de TERRA tienen una base internacional.

Posible incapacidad para identificar o financiar adquisiciones o joint ventures en el futuro, limitando las perspectivas de crecimiento.

Dentro de la estrategia empresarial de TERRA se analiza continuamente las perspectivas de adquisiciones, joint ventures y alianzas estratégicas que podrían complementar su negocio actual, incrementar el tráfico, mejorar las ofertas de contenido o aumentar los ingresos por publicidad y comercio electrónico. Lo que es más importante, en octubre de 2000 TERRA adquirió Lycos, uno de los sitios de marca propia más importante de Internet. TERRA desconoce si podrá identificar posibles futuras joint ventures, adquisiciones o alianzas o si va a poder financiar estas operaciones. La imposibilidad de identificar o financiar futuras transacciones podría frenar su crecimiento.

Riesgos e incertidumbres asociados a las adquisiciones y "joint ventures"

Las adquisiciones y "joint ventures" pueden acarrear numerosos riesgos e incertidumbres, como por ejemplo:

- la necesidad de conseguir fondos adicionales a través de financiación pública o privada
- dificultades en asimilar las operaciones, el personal, las tecnologías y los productos de las compañías adquiridas,
- los riesgos de introducirse en mercados geográficos o comerciales
- la menor atención prestada por el equipo directivo a otros aspectos del negocio, y
- el riesgo de que alguna de las empresas adquiridas no obtenga el rendimiento esperado o que esté sujeta a obligaciones no previstas.

Incremento de la competencia

Existen muchas compañías que proporcionan servicios relacionados con Internet y que tienen los mismos mercados objetivo. TERRA compite con grandes compañías estadounidenses como Yahoo!, AOL time Warner y Microsoft, y con empresas de ámbito más regional como StarMedia, El Sitio, Universo Online y Telmex. Además, T-Online, la filial para Internet de Deutsche Telekom y proveedor líder de servicios de Internet en Alemania, adquirió en el 2000 Ya.com, uno de nuestros principales competidores en España.

Además, es posible que los competidores desarrollen servicios mejores que los de TERRA, que sean más atractivos para los usuarios, o que consigan una mayor aceptación del mercado. También es posible que surjan nuevos competidores que alcancen una cuota de mercado significativa. La pérdida de usuarios en beneficio de la competencia podría tener un efecto negativo sustancial en el negocio, la situación financiera y los resultados operativos.

Dificultad para mantener un esfuerzo continuado de mejora de contenidos y prestaciones para atraer a los usuarios y anunciantes

- Para seguir siendo competitivos, TERRA debe aumentar y mejorar sus contenidos.

Es posible que no se logre desarrollar e introducir a tiempo las características, funciones, productos y servicios que los usuarios y anunciantes consideran atractivos. Esto reduciría el tráfico de usuarios y tendría un importante efecto negativo en el negocio, situación financiera y resultados operativos

Dependencia de terceros en la provisión de contenidos

TERRA intenta continuamente determinar qué contenido, características y funcionalidad quiere su público objetivo. TERRA obtiene parte de sus contenidos de terceros.

Incertidumbre asociada al desarrollo de nuevos métodos y dispositivos de acceso a Internet

El uso de nuevos métodos de acceso a Internet, y de nuevos dispositivos de acceso se extenderá en los próximos años.

Dificultad para desarrollar e introducir nuevos servicios de comunicaciones y combinarlos con productos de acceso.

TERRA cree que servicios de comunicaciones como el correo electrónico, el chat, la voz sobre IP y los foros van a crear una nueva corriente de negocio con buenos beneficios, tanto de manera independiente como combinados con diferentes productos de acceso. La estrategia de TERRA para monetizar estos servicios se basa en el desarrollo de nuevos servicios pagados así como la creación de una nueva cartera de servicios estructurados (básico, pagado y premium) para ventas ascendentes de incrementos en capacidad y funcionalidad. Esta estrategia depende en gran medida del desarrollo de su plataforma tecnológica así como de su capacidad para formalizar alianzas y contratos con compañías líderes en el campo tecnológico. Si TERRA no puede desarrollar esta estrategia, nuestro negocio, situación financiera y resultados operativos pueden verse seriamente perjudicados.

Dificultad para establecer y mantener relaciones estratégicas con los proveedores de contenidos, empresas de comercio electrónico y distribuidores de tecnología

TERRA complementa nuestros contenidos de creación propia con contenidos de terceros. TERRA se ha centrado en establecer una serie de relaciones con proveedores líderes de información, con las empresas de comercio electrónico y con los distribuidores de tecnología e infraestructura. El negocio de TERRA se basa fundamentalmente en estas relaciones. La mayoría de los contratos realizados con dichas compañías no confieren exclusividad por lo que la competencia puede optar por trabajar con estas mismas compañías e impactar, de esta manera, de forma adversa a las relaciones de TERRA con las mismas.

3. RIESGOS ASOCIADOS A LOS MERCADOS

Dependencia del crecimiento del uso de Internet

Los mercados de Internet tanto en España como en América Latina se encuentran en una primera fase de su desarrollo. El negocio de TERRA, su situación financiera y resultados operativos se verían afectados negativamente de forma importante si el uso de Internet en España y América Latina no sigue creciendo o crece a un ritmo menor al esperado. Las expectativas de crecimiento del sector de Internet se basan en las previsiones que se han hecho públicas. Es posible que estas previsiones acaben siendo demasiado optimistas.

Crecimiento de Internet limitado por el coste de utilización

Al contrario que las compañías de telecomunicaciones de los EE.UU., las compañías de telecomunicaciones de España, América Latina y otros de los mercados clave no estadounidenses normalmente no proporcionan a sus clientes un servicio de telefonía local ilimitado con una tarifa fija.

Efectos de la introducción de la tarifa plana para el servicio de acceso a Internet

TERRA podría verse afectada negativamente por la introducción de tarifas planas para las llamadas telefónicas de conexión a Internet. No recibimos comisiones de tráfico inducido por dichas llamadas. Comenzamos ofreciendo acceso limitado con tarifa plana en España en julio de 2000. Nuestros usuarios con tarifa plana nos pagan una tarifa previamente fijada para llamadas telefónicas para conectarse a Internet, y que nosotros pagamos a Telefónica de España. También comenzamos a ofrecer acceso con tarifa plana en Chile en septiembre de 2000. La introducción del acceso con tarifa plana en nuestros mercados podría tener un importante efecto negativo sobre nuestro negocio, situación financiera y resultados operativos.

Incertidumbre del mercado de publicidad en Internet

TERRA espera obtener una parte sustancial de sus ingresos en un futuro inmediato de la publicidad en Internet. El mercado de la publicidad en Internet es nuevo y está evolucionando rápidamente, en particular en España y América Latina.

Incertidumbre de la estrategia de acceso gratuito a Internet

Como parte de la estrategia TERRA tiene intención de centrarse en generar ingresos por el acceso a Internet y servicios de valor añadido, podemos ofrecer servicios gratuitos de acceso a Internet en algunos de sus mercados, teniendo en cuenta las condiciones y la demanda del mercado local. TERRA fue de los primeros proveedores de servicio de acceso a Internet totalmente gratuito en España y comenzamos a ofrecer acceso gratis a Internet en Chile y México en marzo de 2000. También ofrecimos acceso gratuito a Internet en Brasil desde febrero de 2000 al 31 de mayo de 2000.

El crecimiento del acceso gratuito a Internet en algunos de los mercados clave de TERRA puede incrementar la competencia entre proveedores de servicio de Internet. Por esta razón TERRA tiene que ofrecer acceso gratuito en estos mercados para evitar una caída en el número de clientes y anunciantes que puede atraer.

El acceso gratuito a Internet está cada vez más extendido en España y Latinoamérica y es la causa de que se haya incrementado la competencia por los servicios de acceso a Internet en sus mercados clave. Debido a que sus clientes tienen una mayor variedad de alternativas a sus servicios, pueden tener más de una cuenta de Internet o pueden cambiar a otro proveedor de servicio de acceso gratuito a Internet si no consiguen acceder gratuitamente al servicio de TERRA. Como resultado, puede caer el uso que hagan los clientes de los servicios de TERRA, lo que reduciría sus ingresos por publicidad y comercio electrónico y haría más difícil atraer y retener anunciantes.

Incertidumbre del mercado de comercio electrónico

Varios factores podrían retrasar o impedir el crecimiento del comercio electrónico en América Latina, lo que perjudicaría la capacidad de TERRA de generar ingresos por comercio electrónico y tendría un impacto negativo en su negocio.

Además, al contrario de lo que ocurre en los Estados Unidos, los consumidores y los comerciantes de América Latina pueden ser considerados enteramente responsables de las pérdidas derivadas del uso fraudulento de las tarjetas de crédito y otras pérdidas.

También se imponen derechos arancelarios e impuestos sobre las entregas de paquetes internacionales en muchos países de América Latina, lo que hace que las transacciones de comercio electrónico sean más costosas. Además, muchos países no han instaurado sistemas que garanticen una entrega rápida y fiable de los envíos una vez superada la aduana. Es posible que estos problemas produzcan un efecto disuasorio sobre los comerciantes y consumidores a la hora de llevar cabo operaciones de comercio electrónico.

Advenimiento de cambios sociopolíticos y económicos en los mercados donde TERRA presta sus servicios

TERRA obtiene y espera seguir obteniendo una parte sustancial de sus ingresos de los mercados de América Latina. La situación social y política en América Latina es volátil y puede provocar una fluctuación en las operaciones. Esta volatilidad podría dificultar que se mantenga la previsión de aumento de ingresos, lo que tendría un efecto negativo sobre el valor de las acciones de TERRA. Las difíciles circunstancias sociales, políticas y económicas inhiben el uso de Internet, creando incertidumbre en lo relativo a su ámbito operativo y haciendo que los anunciantes disminuyan sus gastos publicitarios, lo que puede afectar negativamente al negocio.

Riesgo de devaluación en los mercados donde TERRA presta sus servicios

Aunque la divisa con la que se elaboran los informes de TERRA es el euro, los ingresos obtenidos y los gastos soportados en las operaciones de América Latina están denominados en las monedas locales. Las divisas de muchos de los países de América Latina, incluso de Brasil y México, han experimentado una importante depreciación y volatilidad en el pasado, y los ingresos por clientes disminuirán su valor si las divisas locales se deprecian con respecto al euro. Actualmente TERRA no está utilizando instrumentos de cobertura de cambio. Aunque lo hiciera, sus estrategias de cobertura puede que no fueran eficaces.

4. RIESGOS ASOCIADOS A LA PERTENENCIA AL GRUPO TELEFÓNICA

Otras compañías del Grupo TELEFONICA podrían competir con TERRA

Actualmente TERRA compite con un miembro del grupo Telefónica con respecto a la prestación de servicios ADSL en España. Otras compañías del Grupo Telefónica podrían competir con TERRA, y es posible que decidan desarrollar su propio negocio de Internet o estrategias operativas, como por ejemplo:

- proporcionar a los competidores de TERRA infraestructura tecnológica de Internet,
- ofrecer servicios de Internet desde nuevas plataformas de comunicación operadas por ellos.
- ofrecer productos ISP y de acceso (banda estrecha y ancha); y
- ofrecer servicios a través de nuevas plataformas y mecanismos (por ejemplo, asistentes personales digitales, dispositivos de acceso inalámbrico, etc.)

Por ejemplo, algunas disposiciones normativas regulatorias exigen a determinadas compañías del Grupo TELEFONICA que pongan sus servicios a la disposición de los competidores de TERRA.

TELEFONICA puede ejercer una importante influencia sobre todas aquellas cuestiones que requieran la aprobación de los accionistas de TERRA, incluidas las aprobaciones de fusiones y otras uniones de negocios, y también puede ejercer su influencia sobre las operaciones y estrategias comerciales. Aunque TELEFONICA tratará de equilibrar los intereses en juego de cada una de las empresas del Grupo TELEFONICA, es posible que TERRA no esté de acuerdo con alguna decisión concreta.

Es posible que algunas de las iniciativas de TERRA afecten a los resultados financieros de otras empresas de Internet del Grupo TELEFONICA

TELEFONICA posee aproximadamente un 36,3% de TERRA a 31 de diciembre de 2000. Además, TELEFONICA posee el control o un importante número de acciones de algunas compañías que operan en el sector de las telecomunicaciones. A medida que el sector de las telecomunicaciones siga convergiendo, estas compañías podrían empezar a competir en los mismos mercados. Por ello, las iniciativas estratégicas que TERRA quiera llevar a cabo podrían afectar a otros miembros del Grupo TELEFONICA y viceversa.

Contratos suscritos entre TERRA y otras empresas del Grupo TELEFONICA

TERRA ha suscrito una serie de contratos con miembros del Grupo TELEFONICA. Esos contratos se negociaron entre partes sujetas a un mismo control. Aunque esos contratos sean razonables para TERRA en todos los aspectos esenciales, es posible que hubiera podido obtener mejores condiciones de terceros. El más importante de esos contratos es el acuerdo con Telefónica de España, S.A.,

relativo a circuitos que arrendamos a Telefónica de España, S.A. y las comisiones de tráfico inducido que Telefónica de España, S.A. nos paga. Telefónica de España, S.A. pagará tasas de tráfico inducido a otros ISPs españoles según las mismas condiciones que son aplicables a TERRA.

Las medidas reguladoras pueden afectar a la relación de TERRA con el Grupo TELEFONICA.

La relación de TERRA con el Grupo TELEFONICA es una ventaja competitiva que puede atraer la atención de las autoridades de la competencia de España, la Unión Europea y América Latina. Los organismos reguladores pueden limitar la extensión de la cooperación de TERRA con miembros del Grupo TELEFONICA en la provisión de servicios de Internet. Las autoridades de la competencia y empresas privadas de España, la Unión Europea y América Latina pueden iniciar acciones contra TERRA en el futuro como consecuencia de su relación con el Grupo TELEFONICA.

5. RIESGOS ASOCIADOS A INTERNET Y LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

Fallos de transmisión locales o globales

Un elemento fundamental de la estrategia que sigue TERRA es el de generar un gran volumen de tráfico de usuarios. Su capacidad para atraer la publicidad y a los usuarios, así como su reputación, dependen fundamentalmente del funcionamiento de la estructura de su red, incluidos los servidores, hardware y software.

TERRA debe hacer frente a riesgos relacionados con su capacidad de acomodar los niveles de tráfico de usuarios a la vez que mantiene un elevado nivel de calidad.

Desconfianza del público en la seguridad de las transacciones de comercio electrónico y la confidencialidad de la información en Internet

La necesidad de garantizar la seguridad ha representado una gran barrera en el comercio electrónico y en la confidencialidad de la comunicación a través de Internet. Si se produce algún fallo en la seguridad y, además, llega rápidamente a conocimiento de los usuarios el uso de Internet se puede ver afectado. TERRA debe realizar grandes gastos para protegerse contra estas posibles infracciones de seguridad y para evitar los problemas causados por las mismas.

Alteración de los sistemas por virus informáticos

Los virus en los ordenadores pueden producir retrasos en los sistemas o incluso causar interrupciones en los mismos. Además, la transmisión inadvertida de los virus puede exponer a TERRA a riesgos importantes de pérdidas por litigación y a posibles demandas por daños.

6. RIESGOS ASOCIADOS A LA INCERTIDUMBRE LEGAL

Normativa sobre Internet

Hasta la fecha, las diferentes normativas gubernamentales no han restringido sustancialmente el uso de Internet en los mercados. Sin embargo, el contexto legal y normativo relativo a Internet puede sufrir cambios paralelos al desarrollo de la red, cambios que pueden significar el aumento de los gastos comerciales y que pueden llegar a impedir que TERRA pueda distribuir sus productos y servicios a través de Internet.

Además, junto a la adopción de nuevas leyes y normativas, las ya existentes pueden afectar a Internet. Las nuevas leyes y las vigentes pueden abarcar las siguientes áreas:

- Ventas e impuestos
- Privacidad del usuario
- Controles de precios
- Características y calidad de productos y servicios
- Protección del consumidor
- Comercio internacional
- Detracción y difamación
- Infracción de los derechos de autor, de las marcas registradas y de las patentes
- Pornografía
- Otras demandas basadas en la naturaleza y contenido de Internet, y
- Leyes relativas al antimonopolio y a la competencia

Dependiendo de la naturaleza de las nuevas leyes y normativas, y dependiendo de cómo se apliquen las leyes actuales a Internet, el crecimiento de TERRA puede reducirse y, disminuir por lo tanto su capacidad de generar ingresos.

Diversas leyes federales aprobadas recientemente en Estados Unidos podrían tener un impacto en el negocio de TERRA

La Digital Millennium Copyright Act tiene como objeto reducir la responsabilidad de los proveedores de servicio en la red por el hospedaje de contenidos creados por usuarios o que se remitan o vinculen a usuarios con terceros sitios web que incluyen materiales que vulneran los derechos de autor de terceros.

La Children's Online Protection Act y la Children's Online Privacy Protection Act tienen como objeto restringir la difusión de determinados materiales considerados nocivos para los niños e imponer restricciones adicionales sobre la capacidad de los servicios en la red de reunir información de usuario de menores. Asimismo, la Protection of Children From Sexual Predators Act de 1998 establece para los proveedores de servicio la obligación de informar sobre indicios de violación de las leyes contra la pornografía infantil en determinadas circunstancias. Esta legislación puede imponer importantes costes adicionales al negocio de TERRA o someterla a nuevas responsabilidades.

TERRA hace constar en nuestros sitios web las prácticas y políticas sobre derecho a la intimidad, el uso y divulgación de los datos de sus usuarios. Actualmente existe una gran cantidad de propuestas legislativas presentadas en el Congreso de Estados Unidos y distintos órganos legislativos que contemplan cuestiones sobre el derecho de intimidad y relacionadas con la esfera de actividad de TERRA. TERRA no puede predecir el efecto de dicha legislación, y determinadas propuestas, si se adoptaran, podrían perjudicar seriamente su negocio, su situación financiera y los resultados operativos.

Los inversores estadounidenses pueden verse afectados por consecuencias fiscales desfavorables si TERRA es una compañía extranjera de inversión pasiva.

Los inversores estadounidenses podrían verse afectados por consecuencias fiscales desfavorables si TERRA es una compañía extranjera de inversión pasiva ("CEIP"). TERRA cree que no es una CEIP al 31 de diciembre de 2000, pero dado que el carácter de CEIP depende, según la determinación que periódicamente se realiza, de la composición de los ingresos y el activo de una compañía y del valor justo de mercado de su patrimonio (incluido el fondo de comercio y las inversiones financieras en entidades participadas en menos del 25%), datos ambos que pueden ser volátiles en una empresa relacionada con Internet como TERRA, no puede haber garantía de que no vaya a ser considerada una CEIP en cualquier otro año. Debido a la caída en el precio de los ADSs y de las acciones ordinarias, a menos que la capitalización de mercado de TERRA aumente o invierta cantidades actualmente en caja o invertidas a corto plazo, incluidas inversiones financieras a corto plazo, en activos que, a efectos del impuesto federal sobre la renta de EEUU, no produzcan ingresos pasivos o que no se tengan para la producción de ingresos pasivos, es posible que seamos considerados una CEIP en el ejercicio fiscal de 2001. Los inversores estadounidenses que tengan acciones ordinarias o ADSs de TERRA, siendo TERRA una CEIP, estarán sujetos a normas tributarias federales estadounidenses especiales que pueden tener un efecto negativo y requieran la presentación de una declaración anual.

Dificultad en la protección de marcas de TERRA y posibilidad de vulneración de los derechos de propiedad intelectual de terceros.

TERRA cuenta con una combinación de leyes sobre patentes, derechos de autor y marcas, secretos comerciales, procedimientos confidenciales y pactos contractuales para proteger sus derechos de propiedad intelectual e industrial. Con carácter general TERRA celebra acuerdos de confidencialidad con sus empleados, consultores y socios. TERRA ha registrado y solicitado el registro de determinadas marcas de servicio y marcas de fábrica, y seguirá evaluando el registro de otras marcas de servicio y fábrica.

Con respecto a la marca TERRA, se ha solicitado el registro de la marca en todos los países en que TERRA tiene algún interés, y en muchos otros. El registro de la marca se ha obtenido en los principales países, y está en proceso de registro en el resto de países. TERRA sabe que hay otras compañías que utilizan la marca Terra o variaciones de la misma. Ninguno de estos usuarios está dentro de la actividad o área comercial específica de TERRA. Por tanto, es poco probable que TERRA tenga que dejar de usar sus marcas en relación con sus actividades actuales. Si TERRA tuviera que dejar de utilizar cualquiera de sus marcas, se podría perder el fondo de comercio que se ha creado y se le podrían exigir responsabilidades.

Asimismo la Universidad Carnegie Mellon ha cedido a TERRA con carácter perpetuo bajo licencia, una patente concedida en Estados Unidos relativa a su tecnología de búsqueda e indexación; no obstante terceras partes pueden oponerse a esta patente. Si se interponen estas oposiciones, la patente podría ser invalidada. TERRA tampoco puede asegurar que vaya a desarrollar productos o tecnologías propios que sean patentables, o que ninguna patente concedida le proporcione ventajas competitivas ni que no vaya a ser objeto de la oposición de terceros, ni que las patentes de otros no perjudiquen su capacidad para realizar negocios. Pese a los esfuerzos de TERRA para proteger sus derechos de propiedad, terceras partes no autorizadas podrían intentar copiar aspectos de sus productos o servicios u obtener y utilizar información que, TERRA considere de propiedad exclusiva. Las leyes de algunos países no protegen los derechos de propiedad intelectual o industrial con la misma amplitud que las leyes de Estados Unidos. El medio de protección de los derechos de TERRA puede no resultar suficiente. Asimismo los competidores de TERRA podrían desarrollar por su cuenta una tecnología similar, duplicar sus productos o realizar diseños que eludan la protección de sus derechos exclusivos.

Implicación en litigios relativos a propiedad intelectual en perjuicio de la capacidad para desarrollar las actividades de TERRA.

Se ha producido un volumen considerable de litigios en la industria de la informática en relación con los derechos de propiedad intelectual. TERRA puede verse implicada en reclamaciones de terceros por vulneración de estos derechos en relación con productos actuales o futuros o marcas u otros derechos exclusivos. Estas reclamaciones podrían tener un efecto negativo sobre su negocio porque podrían:

- hacer perder mucho tiempo;
- dar lugar a costosos pleitos;
- desviar la atención de los gestores;
- causar retrasos en la salida de productos; o
- obligar a rediseñar productos o a celebrar acuerdos de licencia que puedan no resultar ventajosos para TERRA.

Riesgo de litigios por el contenido de los portales.

En España, América Latina y Estados Unidos aún no se ha establecido la legislación relativa a la responsabilidad de los proveedores de servicios on-line. Ya se han producido, sin embargo, demandas contra proveedores de servicios on-line y en la red. Se podría interponer las mismas demandas contra TERRA y se vería obligada a incurrir en grandes costes en la defensa de las mismas.

También puede sufrir demandas de terceras partes debido a errores en la información facilitada a través de los servicios de TERRA, por las pérdidas que hayan podido sufrir debido a la poca fiabilidad en esta información.

Riesgo de litigios por los productos que se venden en la red.

TERRA ha firmado diversos contratos para poder ofrecer productos de terceros y servicios en su red por los que recibe una parte de los beneficios que generan dichas operaciones. Estos contratos pueden generar demandas adicionales incluidas responsabilidades por los productos o daños personales, incluso si no es TERRA la que provee tales productos o servicios.

Aunque TERRA dispone de pólizas de seguros, es posible que no cubran todos los daños potenciales a los que está expuesta o que no sean suficientes para exonerarla de las obligaciones que se le puedan imponer. Toda responsabilidad que no esté cubierta por la póliza del seguro o que exceda la cobertura del seguro puede tener un efecto sustancial negativo en su negocio, situación financiera y en los resultados de las operaciones.

Antiguos servicios prestados en México podrían exponer a TERRA a responsabilidad por instrumentos financieros impagados.

En México se presta un servicio que permitía a los bancos y corredores mexicanos negociar instrumentos de renta fija. Aunque TERRA no realiza ninguna operación de este tipo y no interviene en el proceso de liquidación, y los contratos con sus abonados dejaban claro que TERRA no era responsable de ninguna pérdida por dichos instrumentos, TERRA podría ser demandada si uno de sus abonados hubiera incurrido en una irregularidad o si existieran problemas de funcionamiento en su sistema. Aunque los contratos con los abonados incluían cláusulas de limitación de responsabilidad, el abonado podría intentar demandar a TERRA por una cantidad importante de dinero en caso de sufrir pérdidas en el uso de nuestro sistema.

Limitación en la capacidad de TERRA para reunir datos personales de sus usuarios y para generar ingresos por publicidad y comercio electrónico.

TERRA debe cumplir la legislación vigente sobre protección de datos, incluidas las directivas de la Unión Europea, que limitan su capacidad para reunir y utilizar información personal relativa a sus usuarios. La creciente sensibilización por parte del público en torno al derecho a la intimidad y a los cambios en la legislación a la que TERRA está sujeta podría tener un impacto en su capacidad para utilizar dicha información personal con el objetivo de atraer anunciantes y socios de comercio electrónico, lo que podría afectar negativamente a su negocio, situación financiera y resultados operativos.

PERSPECTIVAS DE LA ENTIDAD EMISORA

1. PERSPECTIVAS DE RESULTADOS Y CRECIMIENTO

a) Perspectivas de resultados:

De conformidad con el plan de negocio de TERRA, y tal y como se comunicó al mercado en el pasado mes de mayo, la compañía espera alcanzar resultados positivos antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA) en la segunda mitad del año 2002, lo que supone aproximadamente seis meses después de lo inicialmente previsto.

Asimismo, TERRA estima que los beneficios antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones medidos como margen sobre la cifra de ingresos se situarán para todo el ejercicio 2001 en el rango de -34% al -30%.

A todo contribuirán, como ya adelantara la compañía, determinados elementos:

- Un incremento acumulativo anual de los ingresos, como resultado del crecimiento del uso de Internet y del reforzamiento de la posición de mercado de la compañía.
- Una disminución del peso relativo de los costes.
- Las expectativas de beneficio se basan en el resultado de las distintas sociedades componentes del Grupo TERRA y, por tanto, de la evolución del mercado de Internet en cada uno de los mercados donde TERRA está presente.

b) Perspectivas de crecimiento:

Una vez finalizado con éxito el proceso de integración con Lycos, TERRA es ya una de las compañías más importantes a nivel mundial en servicios ofrecidos a través de Internet.

Sin embargo, el crecimiento de TERRA, así como del desarrollo esperado de los negocios en el sector de Internet se deriva de su mayor uso generalizado. Asimismo, la generalización de Internet como medio de información, de consulta, de ocio y de negocio depende, en primer lugar, de la capacidad de acceso de los usuarios potenciales a la red.

La generalización de los tipos de acceso a Internet y del aumento de uso de la red por parte de los usuarios tendrán un impacto significativo en los ingresos por suscripción de TERRA. Asimismo, los ingresos provenientes de la publicidad y el comercio electrónico (ingresos de portal) aumentarán sustancialmente con el incremento del tráfico de usuarios en los portales.

No obstante, todo ello se refiere a previsiones, estimaciones o perspectivas susceptibles de ser realizadas o no, por lo que pudieran producirse desviaciones en los diferentes factores (mencionados o no) que influyen en la evolución futura de Terra.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, así como las condiciones de mercado de la primera mitad de año –a lo que se añaden las dificultades para prever la recuperación del mercado de la publicidad online-, TERRA revisó su estimación de ingresos para todo el ejercicio 2001 situándolos en un rango entre 705 y 735 millones de euros.

Finalmente, y más en el corto plazo, la compañía ha situado sus estimaciones de ingresos para el tercer trimestre del ejercicio actual (2001) en el rango de los 170 a 175 millones de euros, mientras que el margen EBITDA sobre ingresos para el mismo periodo será del –34% al –30%.

2. PLANES DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

a) Planes de inversión

A continuación, se muestran las inversiones que TERRA tiene previsto realizar en el presente ejercicio y en los próximos dos años (en millones de euros):

	2001	2002	2003
España	20	8	11
Brasil	12	15	15
México	25	17	14
Estados Unidos	10	8	7
Otros	17	17	17
Total	84	65	64

b) 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.

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 para, al menos, los próximos dos años. Aún cuando a la fecha actual la situación de tesorería de TERRA es muy sólida no es posible asegurar plenamente que TERRA vaya a obtener la totalidad de los fondos necesarios para financiar las pérdidas operativas, las inversiones previstas y la ejecución del plan de negocio.

TERRA 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 ha tenido lugar en el mes de septiembre de 2000.
- Cash-flow de las operaciones a partir de alcanzar EBITDA positivo.
- Nuevas emisiones de acciones y/o emisiones de bonos, en la medida en que fuera necesario.

En Madrid, a 25 de septiembre de 2001.

Joaquim Agut Bonsfills
Presidente Ejecutivo
Terra Networks, S.A.