

REFERENCIA DE SEGURIDAD:

GENERAL

AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE AL:

TRIMESTRE

1

AÑO

2000

Denominación Social:

Terra Networks, S.A.

Domicilio Social:

Via de las Dos Castillas, 33 Edificio Atica 1
28224 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

N.I.F.

A-82/196080

Personas que asumen la responsabilidad de esta información, cargos que ocupan e identificación de los poderes o facultades en virtud de los cuales ostentan la representación de la sociedad:

Firma:

Jose María Mas Millet. Secretario del Consejo de Administración.
Autorización en virtud de acuerdo del Consejo de Administración en su reunión celebrada el día 22 de febrero de 2000 (punto del Orden del Día número 2. "Cese y nombramiento de Consejeros. Nombramiento de Consejero Delegado. Autorizaciones").

A) AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS

Uds.:Millones de Pesetas

		INDIVIDUAL		CONSOLIDADO	
		Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior	Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO (1)	0800	465	0	5.947	0
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1040	-11.951	0	-16.048	0
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	1044	-7.768	0	-11.863	0
Resultado atribuido a Socios Externos	2050			208	0
RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	2060			-11.655	0
CAPITAL SUSCRITO	0500	93.176	10		
NUMERO MEDIO DE PERSONAS EMPLEADAS	3000	182	0	2.288	0

B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el período cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los asuntos de la sociedad).

Ver Anexo I

B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS (continuación)

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el período cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los asuntos de la sociedad).

Ver Anexo I

NOTA: en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

ANEXO I: Evolución de los negocios

Los ingresos totales de la compañía, a lo largo del trimestre que nos ocupa, han ascendido a €37 millones, lo que representa un incremento interanual del 125%, así como un 20% de aumento respecto al trimestre inmediatamente anterior.

A este respecto, debemos decir que España, Brasil y México continúan siendo los principales mercados geográficos del Grupo, manteniendo un peso respecto al total de ingresos del mismo del 82%. No obstante, a cierre de marzo de 2000, Terra contaba ya con presencia en España, Brasil, México, Chile, Perú, Argentina, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Venezuela y Estados Unidos.

Si atendemos a las diferentes áreas de negocio de la compañía, los ingresos provienen de dos áreas fundamentales, que se corresponden con los negocios de ISP y portal.

1.- Los ingresos de ISP incluyen, a su vez, los ingresos por servicios de acceso y servicios de valor añadido a clientes residenciales y corporativos, así como los ingresos por tráfico inducido;

2.- Los ingresos de portal incluyen, a su vez, los ingresos por publicidad y los ingresos derivados del comercio electrónico. También se incluye en este apartado el pago único efectuado por Telefónica Móviles a Terra en concepto de desarrollo de "Oleada", portal WAP propiedad de Telefónica Móviles.

1.1. Los ingresos por acceso a clientes residenciales provienen de los 1.113.000 clientes de pago que Terra tenía a finales de marzo de 2000, representando dichos ingresos el 54% del total de los ingresos del Grupo, por un lado, y el 79% del total de ingresos de ISP, por otro. Por su parte, los ingresos de acceso a clientes corporativos (Brasil y Chile prestan servicios de webhosting, intranet, instalación de enlaces dedicados...) aportan el 4% de los ingresos totales del Grupo, por un lado, y el 6% de los ingresos de ISP, por otro.

1.2. Los ingresos de tráfico inducido provienen de España, México y Chile, si bien el origen de dichos ingresos en estos países varía de alguna manera de unos a otros. El total de ingresos de Terra por tráfico inducido ascendió en marzo de 2000 a €3,9 millones, lo que ha supuesto un 11% de los ingresos totales del Grupo, así como un 16% respecto de los ingresos totales por ISP.

2.1. En términos absolutos, la cifra de ingresos por publicidad ha crecido casi un 860% en el último año, alcanzando los €6 millones. De ellos, el 94% se concentra en España, Brasil y México, siendo destacable el hecho de que México muestre una cifra de ingresos por publicidad superior a la de todo 1999.

2.2. Los ingresos por comercio electrónico suponen el 2,3% de los ingresos totales del Grupo. En esta área de negocio Terra continúa con la misma estrategia de desarrollo de portales tanto verticales como horizontales, trabajando activamente en el desarrollo de unos y otros.

El coste de ventas, por otro lado, está compuesto por tres grandes partidas, correspondientes a: comunicaciones, atención técnica y compras.

1. Los costes de comunicaciones, que incluyen los pagos por alquiler de la red, suponen el 61% de los costes de ventas totales.
2. Los costes de atención técnica o call centers incluyen los gastos de personal y outsourcing asociados a este servicio, habiéndose visto reducido el personal directo de esta área en 240 personas durante el primer trimestre del año 2000.
3. En la partida correspondiente a compras se incluyen los aprovisionamientos para posterior venta o distribución, tales como CDs, modems, etc.

Los gastos de marketing han ascendido en este trimestre a €33,7 millones.

Los gastos de personal, por su parte, incluyen todos los gastos asociados a los empleados del Grupo Terra en sus diferentes países y áreas, con excepción hecha de los diferentes call centers, cuyo coste se incluye bajo el epígrafe de atención técnica al Coste de Ventas. A final de marzo, Terra contaba con 1985 empleados, de los que 513 constituían el personal de los servicios de Atención Técnica.

Finalmente, el 80% de los gastos operativos corresponden a gastos de estructura, incluyéndose igualmente los gastos correspondientes a adquisiciones y desarrollo de contenidos.

En cuanto a datos operativos, destacan los 675.000 suscriptores adicionales a los que ya tenía a finales de 1999, es decir, un 50% más que los contabilizados a dicha fecha. El incremento interanual en número de suscriptores asciende al 523%, habiéndose captado 1.670.000 suscriptores desde marzo de 1999.

Los suscriptores de acceso gratuito a marzo de 2000 ascendían a 1.113.000, lo que supone un 56% de su cartera total de suscriptores.

En relación a páginas vistas del Grupo Terra, éstas ascendieron en marzo de 2000 a 705 millones, representando un 62% más que las presentadas a diciembre de 1999 o, lo que es lo mismo, 270 millones de páginas vistas más que a dicha fecha.

Finalmente, en lo referente a visitas en el mes de marzo, éstas ascendieron a 63 millones, mostrando una línea marcadamente ascendente respecto a meses anteriores. En relación a diciembre de 1999, se han logrado 25 millones de visitas más, representando un 66% más que a dicha fecha.

III. BASES DE PRESENTACION Y NORMAS DE VALORACION

(En las cuentas anuales de la entidad se han aplicado los mismos principios, criterios y políticas contables que en las últimas cuentas anuales, y si aquellos responden a lo previsto en la normativa contable en vigor que le sea de aplicación a la entidad, indíquese así expresamente).

Se han aplicado los mismos principios, criterios y políticas contables que en las últimas Cuentas Anuales, que responden a lo previsto en la normativa contable en vigor que es de aplicación a esta entidad.

NOTA: en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

D). DIVIDENDOS DISTRIBUIDOS DURANTE EL PERIODO :

(Se hará mención de los dividendos distribuidos desde el inicio del ejercicio económico).

		% sobre Nominal	pesetas por acción	Importe (millones pesetas)
1. Acciones Ordinarias	3100			
2. Acciones Preferentes	3110			
3. Acciones sin Voto	3120			

Información adicional sobre el reparto de dividendos (a cuenta, complementario, etc)

No se han distribuido dividendos durante el primer trimestre del ejercicio 2000.

E) HECHOS SIGNIFICATIVOS (*)

	SI	NO
1. Adquisiciones o transmisiones de participaciones en el capital de sociedades cotizadas en bolsa determinantes de la obligación de comunicar complementada en el art. 53 de la LMV (5 por 100 y múltiplos)	3200	X
2. Adquisiciones de autocartera determinantes de la obligación de comunicar según la disposición adicional 1ª de la LSA (1 por 100)	3210	X
3. Otros aumentos y disminuciones significativos del Inmovilizado (participaciones superiores al 10% en sociedades no cotizadas, inversiones o desinversiones materiales relevantes, etc.)	3220	X
4. Aumentos y reducciones del capital social o del valor de los títulos	3230	X
5. Emisiones, reembolsos o cancelaciones de empréstitos	3240	X
6. Cambios de los Administradores o del Consejo de Administración	3250	X
7. Modificaciones de los Estatutos Sociales	3260	X
8. Transformaciones, fusiones o escisiones	3270	X
9. Cambios en la regulación institucional del sector con incidencia significativa en la situación económica o financiera de la sociedad o del Grupo	3280	X
10. Pleitos, litigios o contenciosos que puedan afectar de forma significativa a la situación patrimonial de la Sociedad o del Grupo	3290	X
11. Situaciones concursales, suspensiones de pagos, etc.	3310	X
12. Acuerdos especiales de limitación, cesión o renuncia total o parcial, de los derechos políticos y económicos de las acciones de la Sociedad.	3320	X
13. Acuerdos estratégicos con grupos nacionales o internacionales (intercambio de paquetes accionariales, etc.)	3330	X
14. Otros hechos significativos	3340	X

Marcar con una "X" la casilla correspondiente, adjuntando en caso

(*) afirmativo anexo explicativo en el que se detalle la fecha de comunicación a la CNMV y a la SRVB.

F) ANEXO EXPLICATIVO HECHOS SIGNIFICATIVOS

4/1/00: Las entidades BBVA y Terra han llegado a un acuerdo de colaboración para el desarrollo conjunto de nuevos servicios y aplicaciones sobre Internet, que se concreta en la entrada de TERRA, con un 20% en el capital del Banco Uno-e, hasta la fecha perteneciente en un 100% al Grupo BBVA.

1/02/00: TERRA ha formalizado una alianza estratégica con el brasileño Grupo Estado, integrado por las sociedades "S.A. O Estado de Sao Paulo", "Jornal da Tarde", "Agencia Estado, Ltda." y "Radio Eldorado, Ltda." y dedicado al negocio de la comunicación, por la cual el portal Terra-Brasil contará en exclusiva con los contenidos de los medios de comunicación propiedad de Grupo Estado.

3/02/00: TERRA y la compañía Sun Microsystems, Inc., especializada en el negocio de Internet, han firmado un acuerdo marco de colaboración para el desarrollo conjunto de proyectos tecnológicos relacionados con la creación y difusión de servicios a través de Internet. El acuerdo también contempla la creación de un Centro de Excelencia para el desarrollo, prueba y evaluación de los productos y servicios avanzados de Internet.

4/02/00: El Comité Ejecutivo de Telefónica ha nombrado nuevo responsable de Terra Networks, S.A. a Abel Linares Palacios, bajo la presidencia ejecutiva de Juan Villalonga. Juan Perea, hasta ahora consejero delegado de TERRA, y Jose Antonio Sanchez, director general de esta corporación, han decidido reorientar su carrera profesional fuera del Grupo Telefónica.

4/02/00: Terra ha formalizado una alianza estratégica con la compañía estadounidense AREMATE.COM, INC. (conocida en el mercado latinoamericano con la denominación DEREMATE.com.), la principal empresa de subastas on-line de América Latina, por la cual TERRA se ha comprometido a adquirir una participación significativa del 30% en el capital de dicha sociedad. Por su parte, TERRA podrá conceder a AREMATE.COM, INC. la posibilidad de entrar en el accionariado de TERRA.

9/02/00: Telefónica, accionista dominante de TERRA NETWORKS, S.A. y T.P.I., comunica que no tiene, en la actualidad, previsto el someter a la consideración de los órganos de Administración de dichas entidades ninguna operación de fusión.

22/02/00: El Consejo de Administración de TERRA NETWORKS, S.A. ha aprobado aceptar las dimisiones presentadas por dos miembros de la Sociedad, así como el nombramiento de sus sustitutos.

6/03/00: Acuerdo de integración transaccional de banca on-line entre Uno- E Bank (Banco por internet de BBVA) y TERRA NETWORKS con First-E Group, para la creación de Unofrst Group primer grupo bancario on-line de carácter global.

9/03/00: El día 8 de marzo de 2000, la Sociedad, a través de su filial Terra Networks Venezuela, S.A. ha llegado a un acuerdo con la sociedad venezolana DOTCOM PUBLICIDAD, C.A. para la adquisición del portal "CHEVERE". El acuerdo contempla la adquisición de los activos comerciales de esa sociedad entre los que se encuentran los derechos sobre los dominios CHEVERE.COM y CHEVERE.COM.VE y sobre la marca "CHEVERE". El portal "CHEVERE" registra tres millones de páginas vistas al mes y es uno de los mas importantes de Venezuela.

22/03/00: TERRA NETWORKS, S.A. y Compañía de Distribución Integral Logista, S.A. han llegado a un acuerdo para la constitución de una sociedad para la prestación de servicios logísticos.

NOTA: en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

**INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACION
DEL AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS**

(GENERAL)

- Los datos numéricos solicitados, salvo indicación en contrario, deberán venir expresados en millones de pesetas, sin decimales, efectuándose los cuadros por redondeo.

- Las cantidades negativas deberán figurar con un signo menos (-) delante del número correspondiente.

- Junto a cada dato expresado en cifras, salvo indicación en contrario, deberá figurar el del período correspondiente al ejercicio anterior.

- Definiciones:

(1) El importe Neto de la Cifra de Negocios comprenderá los importes de la venta de productos y los de prestación de servicios correspondientes a las actividades ordinarias de la sociedad deducidas las bonificaciones y demás reducciones sobre ventas, así como el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos directamente relacionados con la citada cifra de negocios.



RESULTADOS 1er. Trimestre 2000

12 de Mayo, 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 primer trimestre del 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.

CAMBIOS EN LA PRESENTACION DE LA INFORMACION RESPECTO A DICIEMBRE 1999

- 1. A diciembre de 1999 en el epígrafe de "Servicios Corporativos" incluíamos por un lado los ingresos generados por los negocios de Insofel Financiero y Lince en México, que a marzo de 2000 están incluidos en "Otros Ingresos". Por otro lado, también se incluían en "Servicios Corporativos" los ingresos generados por la prestación de servicios de acceso a empresas que ahora incluimos en "Acceso y SVA Corporativo".*
- 2. Se han excluido los costes de "Desarrollo y Adquisición de Contenidos" del coste de ventas, para ser ahora incluidos como parte de los "Gastos Operativos".*

PRINCIPALES MAGNITUDES

Datos Operativos

	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99	% crecim. anual
Suscriptores (miles)	1.992	1.317	861	485	320	523%
	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99	% crecim. anual
Páginas Vistas - mes (millones)	705	434	290	251	218	223%
Visitas - mes (millones)	63	38	22	16	14	346%

Datos Financieros

(millones de Euros)	1T - 00	4T - 99	1T - 99	% crecim. trimestral	% crecim. anual
Ingresos	36,8	27,6	16,6	33%	121%
EBITDA	(60,9)	(46,9)	(1,7)	30%	3551%

DATOS OPERATIVOS

Suscriptores

(miles)	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
España					
Pago	156	158	102	91	72
Gratuito	782	501	257	95	-
Total	938	659	359	186	72
Brasil					
Pago	407	346	267	194	167
Gratuito	151	-	-	-	-
Total	558	346	267	194	167
México					
Pago	115	82	49	45	42
Gratuito	100	-	-	-	-
Total	215	82	49	45	42
Otros Países (1)					
Pago	200	172	146	33	23
Gratuito	80	58	40	27	16
Total	280	230	186	60	39
Total Suscriptores	1.992	1.317	861	485	320
Pago	879	758	564	363	304
Gratuito	1.113	559	297	122	16

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

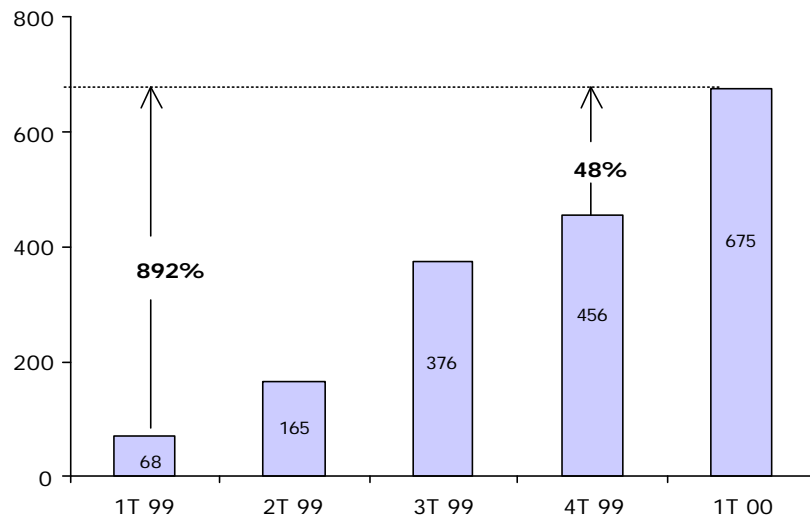
Terra concluye el primer trimestre de 2000 con 675.000 suscriptores adicionales a los que ya tenía a finales de 1999, es decir, un 50% más que los contabilizados a dicha fecha. Esta cifra supone un crecimiento medio mensual de en torno a los 225.000 suscriptores.

En términos interanuales, el crecimiento en número de suscriptores ha sido del 523%, es decir, se han captado 1.670.000 suscriptores desde marzo de 1999.

Terra ha aumentado su cartera de clientes en tan sólo tres meses (enero-marzo de 2000) en una cifra superior al total acumulado de suscriptores a marzo de 1999.

Haciendo la comparación para períodos iguales, tal como se aprecia en el gráfico siguiente, se observa una

tendencia ascendente en el incremento del número de suscriptores por trimestre, siendo dicho aumento en el primer trimestre del año 2000, 10 veces superior al experimentado en el mismo periodo del año anterior.



En cuanto a la distribución geográfica de los suscriptores, debemos destacar el fuerte crecimiento experimentado por España, Brasil y México, principales mercados de Terra. España presenta un crecimiento del 42%, Brasil un 61% y México por su parte se destaca con un crecimiento del 163%.

Un acontecimiento significativo del primer trimestre ha sido el lanzamiento del acceso gratuito en Brasil (5 de febrero), México (6 de marzo) y Chile (2 de marzo). El producto, que se comercializa con el nombre de Terra Libre (Terra Livre en Brasil), responde a una marcada tendencia en Latinoamérica hacia la gratuidad del servicio de acceso, así como a la estrategia de Terra de consolidar su posición localmente y contribuir a un mayor y más rápido crecimiento del mercado. Este producto, especialmente diseñado para nuevos internautas, junto con el desarrollo del producto de pago "Terra Premium" y los accesos de banda ancha (en España y Brasil), configuran una completa oferta de productos de acuerdo a las diferentes características de nuestros clientes y su grado de sofisticación.

En marzo de 2000 Terra contaba con 1.113.000 suscriptores de acceso gratuito. A esta misma fecha los suscriptores de acceso gratuito crecieron casi un 100% respecto a diciembre de 1999, alcanzando la cifra de 554,000 nuevos suscriptores, lo que supone un 56% de

la cartera total. Es importante destacar que, si bien los suscriptores de acceso gratuito han aumentado considerablemente en los últimos tres meses, los clientes de pago se han incrementado en un 16%, esto es, en 121.000 en el mismo periodo de tiempo. Esto demuestra que la estrategia de segmentación de clientes y de productos de valor añadido ha funcionado adecuadamente llevando al consecuente crecimiento tanto de suscriptores de pago como gratuitos.

Páginas Vistas

El número de páginas vistas del Grupo Terra en el mes de marzo de 2000 creció un 62% respecto al mes de diciembre de 1999 alcanzando un total de 705 millones de páginas. El crecimiento interanual del 233% pone de manifiesto la muy positiva evolución del tráfico de nuestros portales.

<i>(millones)</i>	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
España	115	89	40	34	29
Brasil	389	267	216	186	170
México	116	67	27	28	18
Otros Países (1)	85	11	7	3	1
Total Páginas Vistas	705	434	290	251	218

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

Las principales causas de este destacado crecimiento podemos encontrarlas en el exitoso lanzamiento del portal en Estados Unidos a finales de enero, que sólo en dos meses alcanzó los 55 millones de páginas vistas, superando ampliamente nuestras propias estimaciones.

Visitas

<i>(millones)</i>	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
España	23	17	8	7	6
Brasil	18	12	10	8	7
México	12	7	3	2	2
Otros Países (1)	9	3	2	-	-
Total Visitas	63	38	22	16	14

(1) Incluye Chile, Perú y Argentina

El número de visitas en el mes de marzo ascendió a 63 millones, mostrando asimismo una línea marcadamente ascendente en relación a meses anteriores. El número de visitas en marzo de 2000 fue 25 millones superior al de diciembre de 1999, representando un 66% más que en esta última fecha.

DATOS FINANCIEROS

Ingresos

Los ingresos de Terra en el período enero-marzo de 2000 son un 33% superiores a los producidos en el período septiembre-diciembre de 1999. La evolución de los ingresos, al igual que la evolución de los datos operativos, presenta una tendencia ascendente, especialmente en el último mes del trimestre. Los ingresos totales de la compañía alcanzaron los 37 millones de Euros en el conjunto del trimestre, esto es, experimentaron un incremento interanual del 121%.

<i>(millones de Euros)</i>	1T - 00	4T - 00	1T - 99
Ingresos	36,8	27,6	16,6

Ingresos por Países

<i>(millones de €)</i>	Mar. 00	% total	Mar. 99	% total	% crec. anual
España	7,2	19%	2,4	14%	199%
Brasil	12,3	33%	3,9	23%	214%
México	9,6	26%	7,2	41%	34%
Otros (1)	7,6	21%	3,8	22%	101%
Total Ingresos	36,8	100%	17,3	100%	112%

Durante el primer trimestre de 2000, Terra amplía su ámbito geográfico de negocio a Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Venezuela y Estados Unidos, países que se unen a aquellos en que Terra ya estaba presente con anterioridad: España, Brasil, México, Chile, Perú, Argentina y Guatemala.

A comienzos del período de enero a marzo del 2000, los portales de España, Brasil y México eran ya plenamente operativos. En cuanto a las campañas de marketing de lanzamiento del resto de portales, éstas se han ido llevando a cabo durante el mencionado trimestre: la del portal de Estados Unidos a finales de enero, la del

portal de Perú a finales de febrero y la del de Argentina a mediados de marzo, quedando aún por realizar la campaña del portal de Chile, así como las correspondientes a los portales de Centroamérica.

España, Brasil y México siguen siendo los principales mercados geográficos del Grupo, manteniendo un peso respecto al total de ingresos del 79%, cifra muy similar a la de diciembre de 1999.

En lo que a México se refiere, su contribución al Grupo Terra disminuye del 37% de diciembre pasado al 26% de marzo del presente ejercicio, mientras en el caso de Brasil nos encontramos con un pequeño incremento desde el 30% de diciembre de 1999 al 33% de marzo de 2000.

Ingresos por negocio

Los ingresos de Terra, derivados de su presencia en toda la cadena de valor del negocio de Internet, provienen de dos áreas fundamentales: ISP y Portal.

(millones de €)	Mar. 00	% total	Mar. 99	% total	% crec. anual
ISP	24,9	68%	12,6	75%	98%
Acceso y SVA(1) Residencial	19,5	53%	9,0	54%	117%
Acceso y SVA(1) Corporativo	1,4	4%	3,5	21%	-59%
Tráfico Inducido	3,9	11%	0,0	0%	n.a.
Portal	7,4	20%	0,9	5%	746%
Publicidad	6,0	16%	0,6	4%	843%
e-commerce	0,8	2%	0,2	1%	241%
Otros Ingresos Portal	0,6	2%	0,0	0%	n.a.
Otros Ingresos	4,5	12%	3,2	19%	39%
Total Ingresos	36,8	100%	16,6	100%	121%

(1) Servicios de Valor Añadido

Ingresos ISP

Los ingresos de ISP incluyen, a su vez, los ingresos por la provisión de servicios de acceso y servicios de valor añadido a clientes residenciales y corporativos y los ingresos por tráfico inducido.

Los ingresos por **acceso** a clientes **residenciales** provienen de los 878.000 clientes de pago que Terra tenía a finales del mes de marzo de 2000, representando dichos ingresos el 53% del total de ingresos del Grupo, por un lado, y el 73% del total de ingresos de ISP, por otro.

Los ingresos de **tráfico inducido** provienen de España, y Chile, aunque el origen de dichos ingresos sea diferente de uno a otro país. De esta forma, en España, existe un acuerdo firmado con Telefónica Data, compañía del Grupo Telefónica propietaria de la red que alquila a Terra, que entró en vigor en octubre de 1999. En base a este acuerdo, Terra obtiene ingresos en función del número de minutos mensuales de uso de dicha red por parte de sus usuarios, multiplicado por un factor, que en marzo ascendía a 0,6 pesetas.

	Millones de minutos	Pesetas/ minuto
Octubre	123	0,5
Noviembre	167	0,5
Diciembre	195	0,5
Enero	234	0,6
Febrero	273	0,6
Marzo	303	0,6

En el caso de Chile, por último, se incluye como ingreso de tráfico inducido el porcentaje que Terra cobra al usuario de la llamada telefónica local que aquél efectúa para acceder a Internet. El coste de la llamada a Internet realizada a través de CTC está regulada por el gobierno chileno, de tal manera que el coste para el usuario de Internet asciende únicamente al 43% del coste de la llamada local ordinaria. Adicionalmente, Terra, a través de CTC, cobra a sus usuarios de "Terra Libre" el 57% restante de una llamada local, cobrando a sus usuarios de "Terra Premium", además del cargo fijo

mensual, un 29% adicional de la llamada, si ésta se efectúa en horario reducido, y un 11% adicional de la llamada, cuando ésta se efectúa en horario normal.

El total de los ingresos de Terra por tráfico inducido en los dos países ascendió en marzo de 2000 a 3.9 millones de Euros, lo que viene a suponer un 11% de los ingresos totales del Grupo, mientras que representa un 16% respecto de los ingresos por ISP.

Ingresos Portal

Los ingresos de portal provienen fundamentalmente de la publicidad y del comercio electrónico, si bien se incluyen igualmente bajo este epígrafe otros ingresos relacionados con el portal como son los ingresos procedentes del pago único efectuado por Telefónica Móviles a Terra, en concepto de desarrollo de "Oleada", portal WAP propiedad de Telefónica Móviles. En relación a dicho portal, Terra espera percibir ingresos futuros únicamente en concepto de mantenimiento del portal.

Publicidad

La cifra de ingresos por publicidad, que alcanza los 6 millones de Euros durante el primer trimestre de 2000, ha crecido más de un 840% en el último año. Comparando estos ingresos con los alcanzados en el último trimestre de 1999, se observa un crecimiento del 117%, especialmente significativo si consideramos que el último trimestre del año se caracteriza normalmente por mayores inversiones en publicidad por parte de los anunciantes.

Es importante destacar que se produce una aceleración de los ingresos a lo largo del trimestre, de modo que sólo en el mes de marzo se obtuvo el 60% de la facturación del conjunto del trimestre y que ascendió a 3.8 millones de euros.

Del análisis geográfico de los ingresos de publicidad se deriva que el 94% se concentra en España, Brasil y México, siendo destacable el hecho de que, durante el primer trimestre de 2000, México muestre una cifra de ingresos por publicidad superior a la de todo el año 1999.

Comercio Electrónico

Los ingresos por comercio electrónico suponen el 2,3% de los ingresos totales del Grupo.

En este área de negocio de la compañía se continúa con la misma estrategia de desarrollo de portales, tanto verticales como horizontales. En lo que a portales verticales se refiere, se ha trabajado activamente en el desarrollo de portales en algunas de las principales categorías de e-commerce, como son finanzas (Uno-e), viajes (Rumbo, la JV con Amadeus) y subastas (De Remate).

Asimismo, Terra trabaja actualmente en el desarrollo de otros muchos acuerdos alcanzados en estos meses (Logista, BBVA y Bertelsmann, Telepizza, etc.), con el objeto de comenzar a hacerlos operativos en fechas próximas.

Finalmente, resulta interesante destacar la estrategia activa de búsqueda de socios (globales y/o locales) que la compañía desarrolla en estos momentos, tanto para canales verticales como para canales horizontales.

Otros Ingresos

En la línea correspondiente a "Otros Ingresos" se incluyen los ingresos que provienen de "Infosel Financiero" y "Lince", ambos en México, consistiendo el primero de estos productos en un sistema de información de bolsa competidor de Bloomberg y Reuters y líder en el mercado mexicano, cuyo peso sobre el total de ingresos del grupo ha pasado del 18.5% en diciembre de 1999 al 12% en el primer trimestre del año 2000.

Coste de Ventas

El coste de ventas para el Grupo Terra está compuesto por tres grandes partidas correspondiente a los costes de: comunicaciones, atención técnica y compras.

Los **costes de comunicaciones**, que suponen el 61% de los costes de ventas totales, incluyen los pagos que se llevan a cabo por el alquiler de la red.

En cuanto a los costes de **atención técnica o call centers**, estos incluyen los gastos derivados del servicio que se presta a los suscriptores del servicio de

acceso, con el objeto de resolver las diferentes cuestiones que pudieran surgir (funcionamiento, problemas técnicos...). Esta línea incluye, por tanto, los gastos del personal asignado a esta función, así como los gastos de la externalización del servicio. Es importante destacar a este respecto que, siguiendo la política de externalización de este área, el personal directo del mismo se ha visto reducido en 240 personas durante el primer trimestre del año 2000.

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 al primer trimestre del año 2000 han ascendido a 33,7 millones de Euros. Durante dicho período se han activado gastos de marketing por importe de 22,4 millones de Euros, que corresponden a las campañas de lanzamiento de los portales de Estados Unidos y Argentina.

Gastos de Personal

Los gastos de personal, por su parte, incluyen todos los gastos asociados a los empleados del Grupo Terra en sus diferentes países y áreas, con excepción hecha de los diferentes Call Centers, cuyo coste se incluye bajo el epígrafe de atención técnica del Coste de Ventas.

Otros Gastos Operativos

El 80% de los Gastos operativos corresponden a gastos de estructura, dentro de los cuales se cuentan arrendamientos, seguros, servicios generales, etc. Se incluyen también dentro de este epígrafe los gastos de adquisición y desarrollo de contenidos.

HECHOS RELEVANTES

Acuerdos Destacables del Trimestre

- **BBVA y Terra Networks** formalizaron el pasado 4 de enero una alianza estratégica, por la que BBVA daba entrada a Terra en el capital de **Uno-e** con una participación del 20% mientras BBVA adquiría un 3% del capital de Terra por 81.000 millones de pesetas.
- El 18 de enero pasado se procedió al lanzamiento del nuevo **portal** de Terra para la comunidad hispana de **Estados Unidos** (www.terra.com).
- Con fecha 20 de enero Terra Networks **Brasil** lanzó al mercado su servicio de acceso gratuito a Internet bajo el nombre de **"Terra Livre"**.
- **Terra Networks y Telefónica Móviles** firmaron con fecha 24 de enero un acuerdo para el desarrollo de servicios y aplicaciones para la convergencia del mundo móvil e Internet. Nace, así, el portal **OLEADA**.
- **Terra Networks y Agencia Estado** firmaron el 1 de febrero una alianza estratégica por la que Terra Brasil contará en exclusiva con los contenidos de los medios de comunicación propiedad de Grupo Estado.
- Con fecha 5 de febrero **Terra Networks y DeRemate.com** firmaron una alianza estratégica, por la que Terra adquiere el 30% de DeRemate, posicionándose como uno de los líderes en subastas en América Latina.
- El 23 de febrero **Terra Networks y CASER** alcanzaron un acuerdo para la creación en Internet del primer mercado virtual de seguros de habla hispana.
- Terra Networks **Chile** anuncia el 2 de marzo el lanzamiento de su servicio gratuito de acceso a Internet en el país bajo el nombre de **"Terra Libre"**.
- Terra Networks **México**, por su parte, anunció el pasado 6 de marzo el lanzamiento del servicio gratuito de acceso a Internet bajo el nombre **"Terra Libre"**.

- El 6 de marzo Uno-e y First-e anuncian la creación conjunta de **UnoFirst Group**, primer grupo bancario online de carácter global.
- Con fecha 10 de marzo Terra Networks anuncia la adquisición del **portal venezolano Chévere**, uno de los sitios web más importantes en Venezuela.
- Terra Networks y Alcatel lanzan el pasado 13 de marzo el denominado **"Web touch phone"**, primer teléfono fijo con acceso a Internet en el mercado español.
- **Terra Networks Chile y COPESA** firmaron con fecha 22 de marzo una alianza estratégica por la que Terra Chile contará en exclusiva con los contenidos de los medios de comunicación de COPESA.
- El 28 de marzo **Terra Networks y Coca Cola España** firman un acuerdo de colaboración en Internet, en virtud del cual Terra suministrará contenidos a la página web de Coca Cola (www.cocacola.es) ya disponible en la red.
- El 23 de marzo **Terra Networks y Logista** sellaron una alianza estratégica para la constitución de una compañía que prestará servicios logísticos (e-fulfillment). Días después, el 31 de marzo, **BBVA y Grupo Bertelsmann**, a través de su filial Todisa, se adhirieron a dicha alianza.

Otros Acuerdos Posteriores al Cierre del Trimestre

- **Motorpress-Ibérica (MPIB) y Terra Networks** suscribieron el 10 de abril una alianza internacional para la creación de un canal vertical del motor.
- Terra Networks **Brasil** presentó el 12 de abril el primer **portal WAP** de América Latina, con contenidos específicos accesibles desde teléfonos móviles.
- El 13 de abril **Terra Networks** anunció la firma de un acuerdo con **Real Networks** para la inclusión de dos canales Terra en su RealPlayer G7.

Cambios/Adiciones en el Equipo de Gestión

- El día 4 de febrero Don Abel Linares Palacios fue propuesto como nuevo Consejero Delegado. Su nombramiento fue aprobado por el Consejo de Administración el día 22 de febrero.
- En el mes de abril, Don Julián de Cabo Moreno se incorpora como Country Manager de España.
- En el mes de mayo Don Antonio García Urgeles se incorpora como Chief Operating Officer.

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

31 de Marzo de 2000

(millones de €)

	<u>1T -2000</u>	<u>1T - 1999</u>	<u>Cambio %</u>
ISP	24,9	12,6	98,2%
Portal	7,4	0,9	745,7%
Otros Ingresos	4,5	3,2	39,2%
Total Ingresos	36,8	16,6	121,1%
Coste de Ventas	(19,3)	(6,6)	194,0%
Comunicaciones	(11,7)	(3,1)	281,8%
Atención Técnica	(6,0)	(2,3)	163,2%
Compras	(1,5)	(1,2)	28,1%
Margen Bruto	17,5	10,1	73,7%
Margen Bruto %	48%	61%	
Marketing	(33,8)	(1,2)	2786,2%
Personal	(11,2)	(3,8)	197,2%
Otros Gastos Operativos	(33,4)	(6,8)	390,5%
EBITDA	(60,9)	(1,7)	3548,2%
Margen EBITDA %	-165%	-10%	
Amortizaciones	(11,6)	(0,6)	1854,6%
Margen Explotación	(72,5)	(2,3)	3104,3%
Margen EBIT %	-197%	-14%	
Financ. y Extraordinarios	3,1	(0,4)	-853,7%
Resultado antes de Impuestos y Fdo Comercio	(69,3)	(2,7)	2486,9%
Impuesto de sociedades	25,2	0,9	2593,3%
Resultado después de Impuestos y antes Fdo Comercio	(44,2)	(1,7)	2430,0%
Amort.Fondo de Comercio	(27,1)	(24,8)	n.a.
Resultado Neto	(71,3)	(26,5)	168,7%
Socios externos	1,3	0,0	3117,4%
Resultado Sociedad Dominante	(70,0)	(26,5)	164,4%

BALANCE CONSOLIDADO

31 de Marzo de 2000

(millones de €)

ACTIVO	
Inmovilizado	869
Material	48
Inmaterial	184
Financiero	119
Fondo de Comercio	518
Circulante	524
Tesorería e Inv. Temporales	418
Otros activo circulate	106
TOTAL ACTIVO	1.393

PASIVO	
Fondos Propios	1.168
Otro Pasivo	225
TOTAL PASIVO	1.393