

TERRA NETWORKS ALCANZA 2 MILLONES DE SUSCRIPTORES E INCREMENTA SUS INGRESOS EN UN 121% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2000

- Terra Networks, S.A, ha capturado la imaginación de los usuarios de Internet de habla hispana y portuguesa que han hecho de la filial de Telefónica, S.A, el líder indiscutible del mercado, con cerca de dos millones de suscriptores, 63 millones de visitas y 705 millones de páginas servidas en marzo de 2000
- Los impresionantes crecimientos de audiencia de Terra, de 523% en el número de suscriptores y 346% en el número de visitas desde marzo de 1999 a marzo de 2000, se han reflejado también en los ingresos de la compañía que ascendieron a 36,8 millones de euros en el primer trimestre de 2000, un incremento del 121% sobre el mismo periodo del pasado año
- Los anunciantes han reconocido el liderato de Terra en el mercado de habla hispana y portuguesa, colocando los ingresos por ventas de publicidad de la compañía en este primer trimestre en 6 millones de euros, un incremento de más de un 840% respecto al último año
- El espectacular aumento del tráfico puede explicarse en el exitoso lanzamiento del portal en EE UU, con 55 millones de páginas vistas sólo en el mes de marzo, así como en la estrategia del Grupo Terra de añadir contenidos nuevos y diferenciados

Madrid, 12 de mayo de 2000.- Los ingresos de Terra Networks, S.A, filial de Internet de Telefónica, S.A, ascendieron durante el primer trimestre del año 2000 a 36,8 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 121% respecto al mismo periodo del pasado año. Esta trayectoria ascendente de los ingresos se refleja asimismo en la evolución obtenida en los últimos trimestres. Así, en el periodo enero-marzo de 2000 la cifra de ingresos se ha incrementado en un 33% sobre el último trimestre de 1999.

Asimismo, Terra concluyó el primer trimestre del presente año con 675.000 nuevos suscriptores respecto a diciembre de 1999, lo que supone un 51% más hasta alcanzar un total de 1.992.000. Esto representa un crecimiento medio de 225.000 nuevos suscriptores al mes. En términos interanuales este incremento ha sido del 523% al captar 1.670.000 suscriptores desde marzo de 1999.

Con estas cifras Terra Networks se reafirma como la compañía líder en el negocio de Internet de habla española y portuguesa, con un mercado potencial de 550 millones de personas. Para ello, la filial de Telefónica ha llevado a cabo desde comienzos de año importantes iniciativas. Entre otras, destacan la adquisición de Chévere, uno de los mayores portales en Venezuela; la consecución de una alianza estratégica con el BBVA para la creación del supermercado financiero Uno-e, que junto con First crearían el Uno First Group, primer grupo bancario on-line de carácter global; el lanzamiento del nuevo portal de Terra para la comunidad hispana en Estados Unidos; la adquisición del 30% de Remate, el mayor site de subastas en Latinoamérica, o la presentación del servicio gratuito de acceso a Internet en Brasil, Chile y México.

PRINCIPALES CIFRAS DEL EJERCICIO

	Mar-00	Dic-99	Mar-99	% Cto. trimestral	% Cto. anual
Ingresos (millones de euros)	36,8	27,6	16,6	33%	121%
Suscriptores (miles)	1.992	1.317	320	51%	523%

	Mar-00	Dic-99	Mar-99	% Cto. trimestral	% Cto. anual
Páginas vistas (millones)	705	434	218	66%	223%
Visitas /mes (millones)	63	38	14	56%	346%

SERVICIOS DE ACCESO

Los ingresos por los servicios ISP y por los servicios de valor añadido vinculados a los ISP, que representan el 68% del total de los ingresos totales del Grupo Terra, crecieron en el primer trimestre del año 2000 un 98,2% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, hasta los 24,9 millones de euros. Esta evolución se debe al importante desarrollo de la base de clientes de ISP.

Evolución de la base de clientes ISP del Grupo Terra

	Mar-00	Dic-99	Sep-99	Jun-99	Mar-99
España	938.000	659.000	359.000	186.000	72.000
Brasil	558.000	346.000	267.000	194.000	167.000
México	215.000	82.000	49.000	45.000	42.000
Otros países	280.000	230.000	186.000	60.000	39.000
TOTAL	1.992.000	1.317.000	861.000	485.000	320.000

*Otros países incluye Chile, Perú, Estados Unidos y Centroamérica

El incremento en el número de clientes de ISP ha sido espectacular en todos los países en los que Terra tiene presencia, con un incremento del 523% respecto a marzo de 1999. Cabe destacar el caso de España, donde el número de suscriptores a finales de marzo de 2000 había aumentado en más de un 1.200% respecto a marzo de 1999. En Brasil el incremento fue de un 234%, en México de un 511%, mientras en el resto de los países (Chile, Perú, Estados Unidos y Centroamérica) el crecimiento fue del 617%.

En cuanto a la distribución geográfica de los suscriptores, son España, Brasil y México los países que abarcan la gran mayoría, al contar con el 85% de la cartera total de clientes del Grupo. En este sentido cabe destacar el aumento de la contribución de México, que pasa a tener un 10% del total de suscriptores del grupo Terra frente al 6 % que representaba hace tres meses.

Un hecho significativo en este primer trimestre ha sido el lanzamiento del acceso gratuito en Brasil (5 de febrero), México (6 de marzo) y Chile (2 de marzo). La iniciativa, denominada Terra Libre -Terra Livre en Brasil-, responde a la estrategia de la compañía de consolidar su posición a nivel local y contribuir a un mayor y más rápido crecimiento de su mercado. A su vez, este nuevo producto, junto con la oferta de pago Terra Premium y los accesos de banda ancha, en España y Brasil, configuran la más completa oferta de productos adecuados a las distintas necesidades de los clientes.

En marzo de 2000 Terra contaba con 1.113.000 suscriptores de acceso gratuito, lo que supone un 56% de su cartera total de clientes de ISP. No obstante, si bien los abonados de acceso gratuito han aumentado en 554.000 en los últimos tres meses, el número de clientes de pago se ha incrementado en un 121.000 en el mismo periodo de tiempo. Este hecho refleja la creciente demanda de un producto diferenciado y de valor añadido, aunque este sea de pago.

PÁGINAS VISTAS

El número de página vistas del Grupo Terra en el mes de marzo de 2000 ascendió a 705 millones, lo que supone un incremento del 223% respecto a marzo de 1999 y de un 66% sobre las presentadas en el mes de diciembre de 1999.

Evolución páginas vistas del Grupo Terra (millones)

	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	85	11	7	3	1
TOTAL	705	434	290	251	218

*Otros países incluye Chile, Perú, Argentina, Centroamérica y Estados Unidos

Este espectacular crecimiento en el número de páginas vistas puede explicarse, por un lado, por el exitoso lanzamiento del portal en Estados Unidos a finales de enero, que sólo en el mes de marzo alcanzó los 55 millones de páginas vistas. Por otro, cabe destacar la estrategia del Grupo Terra de añadir, de forma continuada, contenidos y servicios nuevos y diferenciados de los de la competencia.

VISITAS

El número de visitas en el mes de marzo ascendió a 63 millones, con un línea marcadamente ascendente en relación a los meses anteriores. En concreto, el número de visitas en marzo de 2000 fue 25 millones superior al de diciembre de 1999, lo que representa un 66% más que esta última fecha y un 350% respecto a marzo del pasado año.

Evolución visitas del Grupo Terra (millones)

	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	9	3	2	-	-
TOTAL	63	38	22	16	14

*Otros países incluye Chile, Perú y Argentina

Este incremento en la base de suscriptores y el tráfico en su portal consolidan el objetivo de Terra de incrementar, en todos los mercados donde tiene presencia la facturación por publicidad, servicios y comercio electrónico.

PUBLICIDAD

En términos absolutos, los ingresos por publicidad han crecido más de un 840% en el último año, hasta los 6 millones de euros. Así las ventas en publicidad en el primer trimestre de 2000 casi alcanzan la cifra total de todo el ejercicio 1999, que ascendió a 7 millones de euros.

Este importante aumento de la facturación publicitaria es debido al crecimiento de la audiencia de los portales de Terra en los distintos países en los que opera, gracias una vez más a la gran mejora en su oferta de contenidos, al lanzamiento de los distintos servicios de acceso gratuito y al número de visitas que recibieron los portales de Terra., que ascendió a 63 millones en el pasado mes de marzo. Cabe destacar asimismo una fuerza de ventas unificada y la instalación de la tecnología DART de Double Click, en todos los portales de la compañía.

COMERCIO ELECTRÓNICO

El área de comercio electrónico, que supone el 2,3% de los ingresos totales del Grupo Terra, ha experimentado un crecimiento del 280% sobre marzo de 1999. La compañía continúa con la misma estrategia de desarrollo de portales, tanto verticales como horizontales. En cuanto a los primeros, Terra trabaja activamente en el desarrollo de portales en algunas de las principales categorías de e-commerce, como son finanzas (Uno-e), viajes (Rumbo, la joint venture con Amadeus) y subastas (De Remate).

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

GRUPO TERRA
Ejercicio 1999
Cuenta de resultados consolidada

(en millones de euros)

	<u>Enero- marzo 00</u>	<u>Enero- marzo 99</u>	<u>Vari%.</u>
Total Ingresos	36,8%	16,6%	121,1%
Coste de Ventas	(19,3)	(6,6)	(194,0)
Margen Bruto <i>Margen Bruto %</i>	17,5 48%	10,1 61%	73,7%
EBITDA <i>Margen EBITDA%</i>	(60,9) -165%	(1,7) -10%	3548,2%
Amortizaciones	(11,6)	(0,6)	1854,6%
Margen Explotación <i>Margen EBIT %</i>	(72,5) -197%	(2,3) -14%	3104,3%
Financieros y Extraordinarios	(3,1)	(0,4)	-853,7%
Rtdo. Antes de Impuestos y Amort. Fdo. Comercio	(69,3)	(2,7)	2486,9%
Impuesto de sociedades	25,2	0,9	2593,3%
Rtdo. Después de Imp. y antes Amort. Fdo Comercio	(44,2)	(1,7)	2430,0%
Amortización 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% 50%

SOBRE TERRA NETWORKS

Terra Networks, www.terra.es, es el principal proveedor en el mundo de habla española y portuguesa tanto de servicios de acceso a Internet (ISP) para el mercado residencial y de pequeñas oficinas (SOHO), como de contenidos. En su negocio ISP cuenta con 1,98 millones de clientes. Como proveedor de contenidos entrega más de 705 millones de páginas servidas al mes. El número de visitas que reciben los portales de Terra es de 63 millones al mes.

Actualmente Terra es proveedor de servicios de acceso a Internet en España, Brasil, México, Chile, Perú, Guatemala y EE.UU. y opera portales de Internet, además de en esos países en Argentina, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá.

En todos sus mercados, Terra está desarrollando soluciones 'on line' para publicidad, marketing, comercio electrónico y otras actividades relacionadas con este campo. Terra también combina una amplia gama de contenidos internacionales con otros contenidos de fuerte carácter local que reflejan las propias comunidades de los usuarios y lo que es importante en su día a día.

Terra Networks, S.A. es filial de Telefónica, S.A. y cotiza tanto en las bolsas de España (TRR) como en el mercado electrónico Nasdaq (TRRA) de Estados Unidos.