

TERRA NETWORKS, S.A. ("Terra"), de conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley de Mercado de Valores, en cumplimiento de la Orden Ministerial 22 de diciembre de 1.999, por la que se creó un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores, denominado "Nuevo Mercado" y de acuerdo con la Norma Tercera de la Circular 1/2000, de 9 de febrero, de la CNMV, que recoge la obligación de las sociedades admitidas a negociación en dicho segmento de informar, al menos una vez al año de manera específica, sobre la marcha y evolución de los negocios, así como de las perspectivas del mismo, procede por medio de este escrito a dar cumplimiento a dicha obligación mediante la comunicación del presente HECHO RELEVANTE. El presente escrito agrupa, cumpliendo lo dispuesto en la normativa de referencia, distintas informaciones anteriormente hechas públicas en nuestras cuentas anuales y hechos relevantes registrados en la CNMV así como en el 20F registrado en la Securities Exchange Commission de los Estados Unidos de América.

I). EVOLUCIÓN RECIENTE DEL NEGOCIO

A lo largo de 2002, el modelo de negocio del Grupo Terra Lycos ha ido evolucionando progresivamente para adaptarse a las circunstancias del mercado en general, y del sector de Internet, en particular. Uno de los aspectos más sobresalientes a la hora de analizar la evolución y desarrollo del Grupo Terra Lycos en el ejercicio 2002 es la negativa situación macroeconómica en los países en los que tiene presencia. A esto se añade el también negativo impacto de los tipos de cambio de todas las monedas, principalmente el dólar americano y el real brasileño, sobre la cuenta de resultados consolidada, así como la crisis de la publicidad "online" y del mercado de Internet en general. Asimismo, cabe mencionar la situación de inestabilidad política y social que atraviesan algunos de los principales países en los que el Grupo Terra Lycos está presente: Brasil, Venezuela y Argentina, especialmente. En consecuencia, en el ejercicio 2002, los resultados de una parte importante de las sociedades dependientes han experimentado desviaciones significativas con respecto a los previstos en el presupuesto del ejercicio 2002. Hay que tener en cuenta que más del 70% de los ingresos de Terra proceden de divisas distintas al euro.

Siempre que se produzcan circunstancias que pudieran conducir a posibles saneamientos y, en todo caso, en el último trimestre de cada ejercicio, la sociedad realiza revisiones de los planes de negocio de sus filiales y, basándose en factores cuantitativos y cualitativos, evalúa la necesidad de registrar saneamientos del valor de sus fondos de comercio y otros intangibles utilizados en sus operaciones. Cuando se identifican factores indicadores de posibles saneamientos, la sociedad determina su importe mediante la comparación del valor en libros del fondo de comercio y demás activos intangibles y su valor de mercado. La sociedad calcula el valor de mercado basándose, principalmente, en la metodología del descuento de flujos de caja, obtenidos como el valor actual de los flujos de caja futuros estimados. Al cierre del ejercicio 2002 estos análisis basados en las estimaciones de generación de valor futuro de cada uno de los negocios y países, han tenido por objeto determinar la recuperación de los fondos de comercio, créditos fiscales activados, así como de otros activos fijos del balance de situación consolidado del Grupo Terra Lycos, siguiendo el criterio contable de prudencia valorativa.

Como resultado de estos estudios, siguiendo el criterio de prudencia valorativa, a 31 de diciembre de 2002 se ha realizado un saneamiento de fondos de comercio de consolidación y una reversión de créditos fiscales capitalizados por importe de 856.657 y 384.530 miles de euros, respectivamente. Asimismo, se ha reconocido el saneamiento de gastos de primer establecimiento y se han registrado provisiones de inmovilizado material e inmaterial por importe de 56.622, 32.573 y 21.648 miles de euros, respectivamente.

A pesar de ello, si el año 2001 fue el año de la consolidación del Grupo Terra Lycos, el año 2002 ha supuesto un gran reto para el mismo, que ha logrado mantenerse en su situación de privilegio dentro del sector a través de la innovación, el desarrollo de nuevos servicios, y una imagen de marca sólida, manteniéndose entre los principales jugadores de Internet a nivel mundial.

El Grupo Terra Lycos ha continuado a lo largo de 2002 con la política ya iniciada en el año anterior de ampliar de forma progresiva el modelo "OBP" ("Open, Basic, Premium") en todas las líneas de negocio y áreas geográficas en que opera. Esta orientación hacia la innovación ha permitido al Grupo Terra Lycos mantener una positiva evolución hacia el cobro de servicios y contenidos, permitiendo que los ingresos por suscripciones vayan más allá de las suscripciones de acceso y han contribuido así a la diversificación de las fuentes de ingresos del Grupo Terra Lycos.

Es importante destacar igualmente el hecho de que el Grupo Terra Lycos ha sido pionero en evolucionar desde el negocio tradicional de acceso hacia un modelo que ofrece soluciones globales mediante la incorporación de servicios de comunicación de valor añadido. La estrategia de comunicación "CSP" ("Communication Service Provider") tiene como objetivo ofrecer servicios más potentes que faciliten a los usuarios la comunicación, independientemente de dónde se encuentren y el dispositivo que utilicen.

En la línea de negocio de media, el Grupo Terra Lycos ha apostado por un enfoque en la prestación de servicios integrales de marketing, lo que junto con la venta de publicidad "on-line" permite establecer una relación más sólida con los clientes y aprovechar todo el potencial de la fuerza de ventas, a la vez que facilita a los anunciantes el acceso a un público altamente segmentado y la obtención de la máxima eficacia de Internet como soporte publicitario.

Cabe destacar la continuación en el desarrollo de la tecnología de media CheckMB, para el logro de un mayor impacto de la publicidad. Con esta solución mejorada de marketing integrado, se consigue reducir significativamente el tiempo para la creación de publicidad "on-line", permitiendo a los clientes realizar más rápidamente los beneficios de una mensajería de alto impacto y ajustándose en mayor medida a las necesidades de sus clientes. Asimismo, mediante la adquisición de GetRelevant (proveedor de servicios de marketing directo), en octubre de 2002 se añade un potente paquete de productos a los servicios del Grupo Terra Lycos, así como un acceso directo a una audiencia cualificada para alcanzar mayores tasas de conversión.

El Grupo Terra Lycos opera en 40 países. En agosto de 2002 se ha vendido la participación en Lycos Korea, y en diciembre de dicho año se ha procedido a la venta de la participación en Lycos Japan, si bien en uno y otro caso se han establecido acuerdos con socios estratégicos de

la región, con el objetivo de mantener presencia en dichas regiones. Por último, también durante el ejercicio 2002 se ha vendido la participación en la filial canadiense, Sympatico Lycos.

Nueva estructura organizativa

En el segundo semestre de 2002 el Grupo Terra Lycos ha creado una nueva unidad de negocio, bajo el nombre de Operaciones Globales, para el desarrollo de mejores productos, servicios y sistemas para los clientes, agrupándose bajo un único responsable aquellas funciones globales y relacionadas con la gestión de productos. Con ello se ha pretendido mejorar y agilizar el lanzamiento de los mejores productos a nivel global, pero sin perder la filosofía corporativa de mantener el sabor local correspondiente.

De esta forma, Operaciones Globales ha incluido todas aquellas Unidades que intervienen en el proceso completo de concepción, desarrollo y producción de plataformas, productos y servicios. A tal efecto, la Dirección de Operaciones Globales ha pasado a estar formada por una Unidad dedicada a servicios de Marketing, varias Unidades de Global Product Managers y la función de Tecnología, dividida en dos Unidades, la Unidad de Operaciones /MIS y la Unidad de Ingeniería.

Asimismo, en el segundo semestre del año se ha creado una nueva estructura organizativa para el área correspondiente a Latinoamérica. Así, se ha procedido a la agrupación en cuatro unidades geográficas: Brasil, Región Sur (Chile, Perú, Argentina y Uruguay), México y Región Central (América Central, Colombia, República Dominicana y Venezuela). Los objetivos de cada unidad se han centrado en maximizar el crecimiento y la cifra de EBITDA, obtener y mantener una posición líder en el mercado y desarrollar una organización orientada a la provisión de servicios en los respectivos mercados locales.

Cada unidad geográfica ha pasado a asumir la cuenta de resultados del país correspondiente y a ser responsable de los productos locales que complementan a aquellos proporcionados por Operaciones Globales, así como de la gestión de clientes a nivel local.

Estrategia y modelo de negocio

A lo largo de los últimos años, el modelo de negocio del Grupo Terra Lycos ha evolucionado paulatinamente para adaptarse a las circunstancias del mercado, en general, y del sector de Internet, en particular, con un objetivo de rentabilidad. Un ejemplo de esto lo constituye el negocio de acceso, el cual ya en 2001 había abandonado su política de promoción de los accesos gratuitos para ir progresivamente enfocando todos los esfuerzos al acceso de pago ofreciendo servicios y productos de valor añadido, centrándose en una oferta diferenciada y de calidad que permite cobrar a los clientes.

La migración de ofertas gratuitas a ofertas de pago de valor añadido, se ha reforzado a través del modelo "OBP" ("Open, Basic and Premium"), que opera a lo largo de todas las líneas de negocio y áreas geográficas, diversificando sus ingresos hacia el pago por suscripciones, más allá de las tradicionales suscripciones de acceso. Los servicios de comunicación y las suscripciones de portal se han sumado a aquellas como nuevas fuentes de ingresos.

Asimismo en el negocio de acceso, cabe destacar un año más la decidida apuesta del Grupo Terra Lycos por la banda ancha, iniciada en el ejercicio previo, y concretada básicamente en el ADSL en los países Latinoamericanos y en España. A través de la banda ancha, el Grupo Terra Lycos ofrece a sus clientes una conexión a Internet de alta velocidad junto con servicios de comunicación y contenidos de media asociados.

Nuevos productos y servicios

El Grupo Terra Lycos se ha mostrado especialmente activo durante el ejercicio 2002 en lo que a lanzamientos de nuevos productos y servicios se refiere, de acuerdo a su estrategia de orientación a productos de pago, con el objetivo último de rentabilidad. Entre otros, y en el ámbito de los servicios de comunicación, pueden destacarse los lanzamientos de:

- Lycos Mail Plus (servicio de suscripción de e-mail que proporciona una amplia serie de mejoras para aquellos usuarios que hayan incrementado sus necesidades respecto al mail gratuito);
- Terra Mail Premium (servicio de mensajería unificada que se lanzó en México);
- Un servicio de e-mail protegido (servicio anti-spam y anti-virus lanzado en Brasil).

Desde el punto de vista de contenidos, destacan los lanzamientos de:

- Lycos Music (servicio de música mejorado y ubicado en el site del mismo nombre);
- Radio Terra (la primera radio en ofrecer música con calidad CD a través de Internet)
- Gamesville on Demand (que se ha convertido en el primer portal en lanzar una plataforma de juegos vía suscripción);
- Album de Fotos Virtual en España.

Adicionalmente, con el objetivo de potenciar la integración vertical de los contenidos, alcanzar una mayor audiencia y aumentar el nivel de fidelización de los usuarios con servicios de valor añadido y contenidos, durante el año 2002 se firmaron significativas alianzas estratégicas y comerciales como por ejemplo, MovieTickets, acuerdo para la creación de un site "co-branded" de transacciones de entradas en Lycos Entertainment.

Cabe destacar también el lanzamiento de canales verticales que ofrecen servicios de valor añadido a través de nuestras joint ventures o junto a compañías líderes en sus respectivos sectores. Destaca el lanzamiento de:

- Educaterra (portal vertical que ofrece servicios de formación "on-line" al mercado de habla hispana, que comenzó operando en España, Brasil, México, Argentina y Uruguay);
- Rumbo (portal vertical de viajes que se lanzó en julio de 2002 en Perú y, más adelante, en septiembre en Colombia y Venezuela, ampliando su presencia a nivel Latinoamericano);
- Canal Alimentación (lanzado en España en el año 2002).

También pueden destacarse los lanzamientos de servicios de marketing, de búsqueda, o de herramientas diversas, entre los que se encuentran los siguientes:

- Domain Registration Services (Lycos ha creado su propio site de dominios donde los usuarios pueden registrar nombres de dominios desde la red Lycos);
- Lycos Search 6.0 (que incorporaba significativas mejoras al buscador anterior);
- Mi Terra (para personalización por parte de los usuarios de su página de inicio);
- Lycos Insite AdBuyer (plataforma integrada para servicios de publicidad y de inclusión de pago).

Fusiones y adquisiciones

Cabe destacar la orientación de la política de Fusiones y Adquisiciones del Grupo Terra Lycos hacia la ejecución cada vez más selectiva de este tipo de operaciones. En este contexto se ubica la adquisición de GetRelevant en octubre de 2002, proveedora “on-line” de servicios de marketing directo, que ha reforzado con una potente serie de productos de marketing directo a aquellos con los que ya contaba el Grupo Terra Lycos. GetRelevant ha proporcionado tecnología “on-line” de adquisición de clientes, permitiendo a los clientes publicitarios del Grupo, acceder a una audiencia cualificada para alcanzar mayores tasas de conversión.

Siguiendo esa política de adquisiciones, el Grupo Terra Lycos continúa atento a todas aquellas oportunidades de negocio que se puedan presentar, habida cuenta que a 31 de diciembre de 2002 se dispone de un total de 1.751 millones de euros de liquidez, que permitirán la adquisición de negocios de importancia realmente estratégica para el Grupo Terra Lycos.

Principales datos operativos y financieros

Datos operativos

A 31 de diciembre de 2002, el Grupo Terra Lycos cuenta con 4,1 millones de suscriptores en su negocio de acceso, de los que 1,4 millones son clientes de pago.

A cierre del año 2002, Terra cuenta además con un total de 1,7 millones de suscriptores de pago de servicios de comunicación y portal, cifra que supone un incremento del 379% frente al año anterior.

Por lo tanto a 31 de diciembre de 2002, el Grupo Terra Lycos contaba con 3,1 millones de suscriptores de pago por servicios de acceso, de comunicación y de portal.

Datos financieros

Los ingresos del año han ascendido a 622 millones de euros, cifra que se vio afectada en 70 millones de euros por el efecto negativo del tipo de cambio de todas las monedas donde opera la Compañía a excepción de España.

El Grupo Terra Lycos ha conseguido una significativa mejora de los ratios de rentabilidad, ya que el EBITDA y el margen de EBITDA sobre ingresos han mejorado de forma continuada a lo largo del ejercicio 2002. Así, el EBITDA del año fue de -120 millones de euros, lo que supone una mejora del 48%, o de 112 millones de euros sobre 2001.

En cuanto a la posición de liquidez, el Grupo Terra Lycos ha llevado a cabo una buena gestión de sus fondos, ya que a final del ejercicio 2002 dispone de 1.751 millones de euros, lo que sitúa al Grupo en una situación privilegiada dentro de su sector.

El Grupo Terra Lycos ha continuado en su camino hacia la rentabilidad reduciendo costes sin afectar al crecimiento, apoyándose, entre otras iniciativas, en la ampliación del programa de mejora de procesos y calidad Seis Sigma, enfocado tanto a maximizar el crecimiento como a optimizar los recursos disponibles.

Evolución del negocio durante el 1er Semestre 2003

Datos Operativos

La cifra total de suscriptores de acceso, servicios de comunicación y portal de pago al final del primer semestre era de 3,6 millones, un incremento del 59% sobre el mismo periodo del año anterior.

Los suscriptores de acceso de pago al final del primer semestre de 2003 ascienden a 1,5 millones, y han experimentado un incremento del 13% con respecto al mismo periodo del año anterior. De ellos, 477.000 son clientes de ADSL que han experimentado un crecimiento del 59% frente al primer semestre de 2002.

Datos Financieros

Durante el primer semestre de 2003 el Grupo Terra Lycos alcanza unos ingresos totales de 254 millones de euros, cifra que se ha visto afectada por el negativo impacto de los tipos de cambios de ciertas monedas en las que el Grupo Terra Lycos realiza sus operaciones fuera de la zona euro. Concretamente el tipo de cambio en este periodo supone un impacto contable negativo de 67 millones de euros.

El Grupo Terra Lycos ha continuado con su eficiente labor de gestión de costes a través de procesos que han permitido mantener la progresiva reducción de los costes operativos. Así, la compañía ha recortado sus gastos en un 32% respecto al primer semestre del año anterior, lo que supone un ahorro de 56 millones de euros.

El resultado operativo antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA) correspondiente al período enero-junio de 2003 fue de -28 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos del -11%. La mejora de dicho margen respecto al mismo periodo de 2002 ha sido de 12 puntos porcentuales. Para el cálculo del EBITDA no se incluyen los resultados financieros, el impuesto de sociedades, ni las amortizaciones materiales (considerando a estos efectos los costes de leasing del inmovilizado material) ni inmateriales.

El Grupo Terra Lycos posee una sólida posición de liquidez, contando a cierre de semestre con más de 1,6 millardos de euros en caja, lo que le permite financiar sus operaciones y abordar oportunidades de mercado con el objetivo de seguir creciendo de forma rentable.

Evolución de la acción

Terra Networks, S.A. comenzó su cotización oficial en los Mercados de Valores el 17 de noviembre de 1.999 y lo hizo de forma simultánea en dos mercados: el Mercado Continuo Español y el NASDAQ, Mercado Tecnológico norteamericano. Más adelante, en abril de 2000, y como consecuencia de la creación –a instancias del Ministerio de Economía y Hacienda Español- de un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores españolas, Terra Networks, S.A. pasa a negociarse en dicho segmento denominado “Nuevo Mercado”.

Sin embargo, la negociación en el Nuevo Mercado no ha implicado exclusión ni del Mercado Continuo ni del Ibex-35, por consistir aquél en un segmento dentro del mercado electrónico, regido por las normas del SIBE, y que ha supuesto única y exclusivamente una sectorización. La normativa especial que las Bolsas aprobaron en su momento para ordenar la contratación en el denominado “Nuevo Mercado” implica básicamente una mayor flexibilidad en cuanto a la formación de precios y sus variantes en las compañías sujetas a negociación en el segmento en cuestión.

Desde sus inicios en los Mercados de Valores, Terra Networks, S.A. ha estado sujeta a oscilaciones muy significativas en su precio, tanto en el mercado americano como en el español, habiéndose situado los precios en uno y otro mercado en niveles muy similares a lo largo del tiempo.

A lo largo del pasado ejercicio, 2002, el precio de cotización de la compañía experimentaría una lenta pero continua bajada, interrumpida únicamente por repuntes poco significativos de dicho precio. A comienzos de dicho año, durante el mes de enero los títulos de la compañía marcaron su máximo anual en • 9,83. Desde entonces y hasta el mes de agosto en que marcaría su mínimo anual en • 3,75, la bajada sería gradual y ordenada. Desde entonces y hasta final del año se producen leves repuntes y oscilaciones en el precio que no resultan significativas.

En el año 2003, la acción ha oscilado, aproximadamente, entre los •4 y •5 en el Mercado Continuo Español, hasta el 28 de Mayo, día en el que Telefónica, S.A. formuló una Oferta Pública de Adquisición sobre la totalidad de las acciones de Terra Networks, S.A., condicionada a la adquisición como mínimo del 75% del accionariado. El pasado 25 de julio de 2003, se tuvo conocimiento del resultado de la Oferta Pública de Adquisición de Telefónica, tras la cuál, Telefónica, S.A. decidió renunciar a la condición del volumen mínimo al que la Oferta había quedado condicionada, por lo que adquirirá la totalidad de los valores ofrecidos en un total de 202.092.043 acciones, representativas de un 33.60 %, siendo la participación directa resultante de la Oferta de un 71,97% del Capital Social.

Finalmente, debemos destacar que con fecha 25 de junio de 2003 el Comité Asesor Técnico de los Índices Ibex-35 decidió la exclusión del valor Terra Networks de dicho índice con efectos del día 24 de julio. Asimismo, dicho Comité Asesor Técnico se reunió con carácter extraordinario el 28 de julio de 2003 y, decidió la reinclusión de valor Terra Networks, modificando no obstante, el coeficiente aplicable en el citado índice, del 100% al 40% para el valor Terra Networks.

II) PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO

El desarrollo de nuestro negocio y rentabilidad durante este año fiscal 2003 dependerá de las perspectivas para la recuperación macroeconómica. Con el fin de ser más optimistas con nuestras proyecciones de rendimientos financieros para el año 2003, comparado con el año 2002, creemos que la economía global tendrá que mostrar consistentes signos de restablecimiento. El actual clima económico, muy debilitado, presenta un reto a corto plazo para todas las empresas de Internet. La caída en la confianza del consumidor y una subida del desempleo podrían limitar potencialmente el crecimiento en la compraventa residencial en Internet.

Las principales prioridades del Grupo Terra Lycos para el año 2003 son: seguir con el desarrollo de nuevas ofertas "OBP", ejecutar la Alianza Estratégica con Telefónica, consolidar nuestro nuevo equipo de Operaciones Globales, adaptar el negocio en los EE.UU. a la nueva situación post-Bertelsmann, aumentar la rentabilidad en el servicio de acceso a nivel global y, finalmente, reanudar las fusiones y adquisiciones.

Una pieza que está adquiriendo cada vez más importancia en los rendimientos futuros del negocio será la ejecución de la Alianza Estratégica con el Grupo Telefónica. La Alianza Estratégica es un acuerdo marco a largo plazo de extenso ámbito que tendrá impacto en algunas zonas donde el Grupo Telefónica está presente y en varias de las fuentes de ingresos del Grupo Terra Lycos - servicios de valor añadido, publicidad "online" y soluciones de marketing, consultorías, servicios de e-learning, etc.-. En particular, la Alianza aprovecha plenamente los conocimientos del Grupo Terra Lycos como portal, agregador, proveedor y administrador de los contenidos y servicios para Internet mediante telefonía fija y por tanto podrá incrementar el peso de sus ingresos por servicios de valor añadido respecto a los ingresos por publicidad y conexión pura. Además, la Alianza también aprovecha las facultades del Grupo Telefónica como proveedor de servicios de banda ancha y banda estrecha y puede afectar positivamente a los costes operativos del Grupo Terra Lycos.

Finalmente, a pesar de la estrategia de adquisiciones selectivas, el grupo está pendiente de oportunidades negocio.

El futuro modelo de negocio del Grupo Terra Lycos y sus resultados podrían verse afectados por el resultado de la OPA (Oferta Pública de Adquisición) por parte de Telefónica S.A. pudiendo afectar al peso de las distintas fuentes de ingresos del Grupo Terra Lycos, además de su estructura de costes en un futuro próximo.

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

1. Planes de inversión

Las inversiones brutas realizadas en el ejercicio 2002 tanto en inmovilizado material como inmaterial ascendieron a 43 millones de euros, produciéndose una reducción de 60,4% respecto al

ejercicio anterior debido al proceso de contención llevado a cabo durante el ejercicio y es consecuencia del esfuerzo importante de mejora de eficiencia y reducción de costes que el Grupo Terra Lycos ha llevado a cabo durante el ejercicio 2002.

En base a los planes de negocio actuales para las sociedades que componen el Grupo Terra y a la nueva estructura organizativa, la inversión bruta prevista en inmovilizado material (principalmente equipos informáticos) y la inversión bruta prevista en inmovilizado inmaterial (principalmente licencias y aplicaciones informáticas) se espera que crezca durante el año 2003.

2. 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.

A 31 de diciembre de 2002, Terra continúa manteniendo una posición de liquidez sólida que le permite financiar las operaciones y abordar oportunidades de negocio con el objetivo de seguir creciendo de forma rentable.

Con base en el actual plan de negocio, las fuentes de financiación se estiman adecuadas y suficientes para cubrir las necesidades financieras y las inversiones en capital previstas en los próximos ejercicios.

III) DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD.

1. RIESGOS ASOCIADOS A NUESTRA CONDICIÓN FINANCIERA

1.1. Terra Networks, S.A. nunca ha sido rentable y se prevé continuar con pérdidas al menos hasta el año 2005.

El plan de negocios está basado en expectativas futuras e Internet es un sector muy nuevo y, por tanto, los resultados pueden ser diferentes a los proyectados.

1.2. Adquisiciones e inversiones

Como parte de la estrategia de negocio, se han realizado adquisiciones de negocios locales de Internet, las cuales podrían suponer riesgos para Terra Networks, S.A. si no fuese capaz de integrar satisfactoriamente los negocios adquiridos, gestionar con efectividad la expansión de los mismos, así como recuperar el fondo de comercio generado por las adquisiciones, aún después de haber saneado recientemente el mismo.

1.3. Saneamientos de fondo de comercio y de créditos fiscales, pudiendo ser necesario realizar otros en el futuro.

Terra Networks, S.A. realiza revisiones periódicas de los planes de negocio y, basándose en factores cuantitativos y cualitativos, evalúa la necesidad de registrar saneamientos del valor de sus fondos de comercio y otros intangibles utilizados en sus operaciones.

Al cierre del ejercicio 2002 estos análisis basados en las estimaciones de generación de valor futuro de cada uno de los negocios y países, han tenido por objeto determinar la recuperación de los fondos de comercio, créditos fiscales activados, así como de otros activos fijos del balance de situación consolidado del Grupo Terra Lycos, siguiendo el criterio contable de prudencia valorativa.

1.4. El precio de la acción ha sido volátil históricamente y puede continuar siéndolo.

Desde la salida a bolsa en 1999, el precio de mercado de las acciones tanto en el mercado español como en el norteamericano ha estado sujeto a grandes fluctuaciones.

El pasado 25 de julio de 2003, se tuvo conocimiento del resultado de la Oferta Pública de Adquisición de Telefónica, tras la cuál, Telefónica, S.A. decidió renunciar a la condición del volumen mínimo al que la Oferta había quedado condicionada, por lo que adquirirá la totalidad de los valores ofrecidos en un total de 202.092.043 acciones, representativas de un 33.60 %, siendo la participación directa resultante de la Oferta de un 71,97% del Capital Social.

2. RIESGOS ASOCIADOS A LA INDUSTRIA DE INTERNET

Acceso y media

2.1. Que el uso de Internet no continúe creciendo.

2.2. Una parte importante de los ingresos se derivan de la publicidad en Internet, siendo difícil de predecir con precisión la demanda de clientes potenciales y recurrentes de publicidad online.

3. RIESGOS ASOCIADOS A NUESTRO NEGOCIO Y A LA ESTRATEGIA

3.1. El Grupo Terra Lycos está buscando el cambio del modelo de servicios gratuitos al modelo de servicios de pago.

Si no se atrae y retiene a los usuarios de Internet de pago, no se incrementarán los ingresos según lo planificado.

El grupo Terra Lycos depende sustancialmente de un equipo humano cualificado que pudiera ser difícil de retener; además de que pudiera encontrarse dificultades para implementar la nueva unidad de operaciones globales y obtener las sinergias esperadas.

3.2. La falta de desarrollo en el acceso a través de banda ancha en alguno de los mercados en donde estamos presentes con las tarifas previstas.

3.3. El no mantenimiento y/o incremento de la audiencia en los mercados donde se está presentes, podría afectar adversamente a nuestros ingresos.

4. RIESGO ASOCIADO A NUESTRAS OPERACIONES

4.1 Se puede no ser capaz de adaptar nuestra oferta de productos y servicios a la evolución de Internet.

La competencia en cada uno de los negocios y mercados es intensa. En la expansión de los servicios de Internet, se competirá directamente con un gran número de sitios de Internet, compañías de media y proveedores de acceso.

4.2. Interrupciones de la red inesperadas o retrasos causados por fracasos de los sistemas locales o globales.

5. RIESGOS ASOCIADOS AL MARCO REGULATORIO Y JURÍDICO

Los riesgos relacionados al marco regulatorio y jurídico en el Grupo Terra Lycos son fundamentalmente:

- El contenido de nuevas normas en Estados Unidos, España y otros países pueden tener un impacto negativo en nuestro negocio. Las novedades legislativas pueden imponer nuevos costes, incrementar los ya existentes y generar responsabilidades legales adicionales al negocio de Internet.
- Dificultades para proteger las marcas y riesgos de vulneración de la propiedad intelectual frente a terceros.
- Riesgo de litigios en el curso ordinario de los negocios y por contenidos y productos que se venden en la red.
- Limitaciones para utilizar comercialmente los datos personales de los usuarios.
- La introducción de la tarifa plana en Internet tanto en España, como en otros países ha afectado y pudiera seguir afectando negativamente a los proveedores de acceso.

6. RIESGOS ASOCIADOS CON MERCADOS ECONÓMICOS Y GEOGRÁFICOS

6.1. Los ataques terroristas de una dimensión sin precedentes han contribuido a una inestabilidad económica general en los Estados Unidos y en los mercados financieros globales. Las medidas militares adoptadas y la posibilidad de nuevos ataques terroristas pueden incrementar la inestabilidad en los Estados Unidos lo que podría impactar negativamente en el negocio así como en el precio de la acción.

6.2. Riesgos de la evolución económica de las distintas geografías y de los tipos de cambio de sus monedas pueden afectar a Terra Networks, S.A. que obtiene una parte sustancial de sus ingresos de dichas áreas.

En Madrid, 30 del Julio de 2003.

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

José F. Matéu Isturiz
Secretario General y del Consejo de Administración
Terra Networks, S.A.