

# Internet

## Grupo Terra-Lycos Resultados Consolidados (millones de euros)

	Diciembre 2001	Diciembre 2000	% Var.
Ingresos por operaciones	690,0	304,0	127,0
Trabajos para inmovilizado (1)	2,5	1,0	157,1
Gastos por operaciones	(901,9)	(649,1)	39,0
Otros ingresos (gastos) netos	(22,5)	(15,2)	47,9
<b>EBITDA</b>	<b>(232,0)</b>	<b>(359,3)</b>	<b>(35,4)</b>
Amortizaciones	(185,5)	(83,5)	122,1
<b>Resultado de explotación</b>	<b>(417,4)</b>	<b>(442,9)</b>	<b>(5,7)</b>
Resultados empresas asociadas	(181,7)	(59,3)	206,7
Resultados financieros	126,3	35,8	252,9
Amortización fondo comercio	(383,5)	(203,6)	88,4
Resultados extraordinarios	(74,9)	(134,2)	(44,2)
<b>Resultados antes de impuestos</b>	<b>(931,3)</b>	<b>(804,2)</b>	<b>15,8</b>
Provisión impuesto	363,3	248,1	46,4
<b>Resultados antes minoritarios</b>	<b>(567,9)</b>	<b>(555,9)</b>	<b>2,2</b>
Resultados atribuidos a minoritarios	1,6	0,7	133,9
<b>Beneficio Neto</b>	<b>(566,3)</b>	<b>(555,2)</b>	<b>2,0</b>

(1) Incluye obra en curso

## Grupo Terra-Lycos Datos Operativos

	2001	% VAR. (2000)
Clientes de Banda Ancha (miles)	233	471%
Páginas vistas media diaria (millones)	500	43%
Usuarios únicos (millones)	111	18%

# Internet

## Terra Lycos

### Camino hacia la rentabilidad

Terra Lycos se ha consolidado en 2001 como una de las redes de Internet más visitadas en EE.UU, Canadá, Europa, Latinoamérica y Asia. La compañía ha tenido como principal objetivo el crecimiento con rentabilidad, a través de un incremento sostenido en ingresos acompañado de un importante esfuerzo en reducción de costes. A pesar de que el entorno macroeconómico en 2001 ha sido desfavorable, Terra Lycos ha obtenido unos ingresos durante el año de 694 millones de euros, lo que supone un incremento del 22% en euros corrientes, 24% en euros constantes. Una evolución positiva de los ingresos que se ha visto acompañada de una política de control y eficiencia que, junto con iniciativas como el programa de mejora de procesos y calidad Seis Sigma, ha estado enfocada en optimizar los recursos de la empresa y maximizar el crecimiento. Durante 2001, Terra Lycos ha reducido sus costes fijos un 16%, mejora que se traduce en un ahorro de 103 millones de euros. Así, el margen de EBITDA en 2001 ha mejorado en 24 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Terra Lycos anunció a comienzos de año un nuevo modelo de organización matricial, basado en las distintas áreas geográficas y unidades de negocio, enfocado hacia el cliente y hacia el crecimiento con rentabilidad.

*Terra Lycos ha tenido como principal objetivo en 2001 el crecimiento con rentabilidad, a través de un incremento sostenido en ingresos acompañado de un importante esfuerzo en reducción de costes*

Entre las ventajas de la compañía destacan una fuente de ingresos diversificada, una presencia global, la apuesta por la Banda Ancha y la transición hacia modelos de pago con el lanzamiento de productos de valor añadido. Asimismo, la excelente situación de liquidez ha permitido a la compañía realizar adquisiciones y asociaciones estratégicas, siempre teniendo en cuenta la rentabilidad. Cabe destacar las adquisiciones de Uno-e, el banco on-line de Terra Lycos y BBVA; Raging Bull, comunidad financiera de Internet líder en EE.UU.; Maptel, compañía líder de cartografía digital en España y los activos de Decompras.com, empresa líder de comercio electrónico en México.

### Transformación del modelo de negocio

Durante este año, Terra Lycos ha sido pionera en la transición hacia el cobro de servicios con el desarrollo del modelo "Open, Basic, Premium" (O.B.P), que pretende generar, a partir de una oferta básica de acceso y servicios, ingresos basados en el pago de suscripciones. El modelo O.B.P ofrece, sobre una base de servicios y contenidos en abierto para todos los usuarios, otros servicios y contenidos adicionales de valor añadido con mayores prestaciones, por los cuales el usuario está dispuesto a pagar. En el marco de esta estrategia, la compañía ha lanzado al mercado productos innovadores de pago, como Terra ADSL Plus, Tripod Plus o Lycos Search Insite, que han ayudado a alcanzar un total de 1,7 millones de suscriptores de pago.



Por otro lado, Terra Lycos se ha constituido en 2001 como referente en la provisión de servicios de Banda Ancha, hasta alcanzar un total de 233.000 clientes en España y Latinoamérica. Asimismo, la compañía ha puesto en marcha distintos modelos para evolucionar el negocio tradicional de acceso hacia una oferta integral de soluciones de comunicación. La estrategia de servicios "CSP" (Communication Service Provider) tiene el objetivo de crear una fuente de ingresos complementaria a los negocios tradicionales de acceso, publicidad y comercio electrónico, mediante la provisión de servicios avanzados que faciliten a los clientes la comunicación, independientemente de dónde se encuentren y el dispositivo que utilicen. La compañía ha lanzado los primeros servicios de comunicación de pago, como el disco duro virtual o el álbum de fotos.

*En 2001 se han puesto en marcha en Terra Lycos distintos modelos para evolucionar el negocio tradicional de acceso hacia una oferta integral de soluciones de comunicación.*

## Soluciones integrales de marketing

Terra Lycos se ha consolidado como uno de los mejores canales para llegar a una audiencia global, a través de una red de portales en 43 países que son visitados por 111 millones de usuarios únicos al mes, con una media de 500 millones de páginas vistas al día. Además, la compañía se ha centrado en 2001 en proporcionar a sus usuarios nuevas experiencias de navegación y a sus clientes corporativos soluciones integrales de marketing online de valor añadido. Terra Lycos se adelantó una vez más a sus competidores al ser la primera compañía de Internet en ofrecer la tecnología CheckM8 que, entre otras ventajas, permite una transparencia de los formatos que no perjudica a los contenidos de la página, así como una secuencia publicitaria con posibilidad de distintos tamaños, formatos y ubicaciones siguiendo al usuario en su navegación.

La oferta integral de marketing de Terra Lycos incluye otros productos innovadores como Arcadia, herramienta de publicidad interactiva, Opinion Minders, solución de sondeos online, o el lanzamiento en España de la herramienta de e-mail marketing más potente del mercado, sobre una base de datos de 2,5 millones de usuarios con un alto grado de segmentación. El nuevo servicio de e-mail marketing de Terra es el único en el mercado en ofrecer una base de usuarios segmentada por afinidad de contenidos y/o criterios sociodemográficos, lo que permite maximizar el grado de personalización de las comunicaciones vía correo electrónico. La nueva herramienta de Terra permite conocer las aficiones y preferencias de los usuarios, su perfil, así como sus hábitos de navegación en la Red.



## Internet como canal

Terra Lycos quiere aprovechar el enorme potencial que resulta de unir su base de usuarios con la experiencia e infraestructura de compañías líderes en sus sectores. Por ello, la compañía apuesta de forma decidida por el lanzamiento al mercado de canales verticales de servicios de valor añadido, que en 2001 han abarcado sectores como finanzas, recursos humanos, motor o inmobiliario. Caben destacar, también, los lanzamientos, junto con BBVA, de Azeler y Atea. El primero, portal de motor con el objetivo de desarrollar y gestionar plataformas que faciliten y mejoren la operativa de los agentes del sector, desde el fabricante hasta el comprador final. Atea, por su parte, es un portal inmobiliario que tiene como principal objetivo la creación de plataformas que faciliten y hagan más eficiente el trabajo tanto de los Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (API) como de los Promotores, a la vez que aglutinará en un solo sitio web todos los servicios que necesita el consumidor a la hora de comprar o alquilar una vivienda.

Durante este año, Invertia, que supera los 225.000 usuarios registrados y alcanza 45 millones de páginas vistas al mes, se ha consolidado como la mayor comunidad financiera en España, y cuenta con presencia en Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, Venezuela y el mercado hispano en EE.UU. Asimismo, Uno-e ([www.uno-e.com](http://www.uno-e.com)), el banco online de Terra Lycos y BBVA, cerró 2001 con más de 700 millones de euros en recursos de clientes gestionados, cifra que representa una mejora anual del 350%.

Terra Lycos ocupa también una posición destacada en el sector de viajes online, a través de Rumbo y Onetravel. Rumbo, fruto de una "joint venture" entre Terra Lycos y Amadeus, ofrece una amplia cartera de productos y servicios de viajes, dirigidos tanto al consumidor final como a empresas en España, Brasil, Chile, Argentina y México. Por su parte, One Travel ocupa la cuarta posición entre los sitios web de viajes en EE.UU.

Podemos hablar de una de las ofertas más completas del mercado, una oferta única que se completa con canales y servicios de Lycos con gran éxito en EE.UU.: Quote.com, líder en servicios de suscripción para inversores en el país; Angelfire.com y Tripod.com, que permite la construcción de páginas web de forma sencilla; Matchmaker, uno de los servicios líderes de citas online en EE.UU., y Gamesville, una plataforma de juegos con contenidos para todas las edades.

