

Madrid, 28 de Febrero de 2000

En virtud de lo dispuesto en el Art.82 de la Ley 24/88 del Mercado de Valores, en la Circular CNMV 14/98 y disposiciones concordantes, por medio de la presente ponemos en su conocimiento el siguiente hecho relativo a esta Sociedad:

INDRA ha formalizado la adquisición del 100% del capital de la compañía Comunicación Interactiva S.L.

Comunicación Interactiva S.L. es una compañía especializada en servicios de consultoría y diseño para el desarrollo de negocios en Internet y comercio electrónico, siendo una de las empresas con más experiencia y referencias dentro del sector en España, pues empezó sus operaciones en julio de 1993. La compañía centra su actividad principalmente en dos segmentos:

- consultoría para el diseño y desarrollo de sistemas Internet/intranet para comercio electrónico (incluyendo tiendas virtuales, sistemas de pago on line, etc)
- diseño gráfico y multimedia: incluye servicio integral de diseño de webs corporativos, herramientas de marketing interactivo y productos multimedia con tratamiento audiovisual.

Posee una división específica de Investigación y Desarrollo, que desde los inicios de la compañía está involucrada en proyectos nacionales y europeos de investigación relacionados con Internet y comercio electrónico, lo que le ha permitido contar como socios con numerosas empresas europeas del sector.

Comunicación Interactiva cuenta en la actualidad con una base de 85 clientes, y sus ingresos están muy diversificados entre un amplio abanico de sectores, entre los que destacan marketing y publicidad, financiero, distribución, informática y organismos oficiales, entre otros.

De acuerdo con el cierre preliminar del ejercicio 1999, la Compañía facturó 413 Mptas, lo que constituye un nivel de facturación muy superior a la media de las compañías del sector en España, ya que la oferta se encuentra muy atomizada.

El beneficio antes de impuestos ascendió a 86 Mptas, hecho también diferencial con respecto a otras compañías del sector con una vida más reducida.

En la actualidad, cuenta con una plantilla de 42 consultores y expertos, cuya edad media es de 28 años, acorde con la dinámica general del sector.

Esta operación se enmarca dentro de la estrategia de Indra en los negocios de Internet, suponiendo un paso más tras la decisión de crear la nueva filial anunciada recientemente, y a la cual se incorporará la empresa adquirida. Con esta adquisición se amplía la oferta de la nueva filial, a la vez que se refuerza su potencial de crecimiento. Adicionalmente, el hecho de adquirirse una empresa ya en funcionamiento y de un tamaño relevante para la media del sector, refuerza el desarrollo de la actividad de Indra en Internet.

Atentamente,

---

Juan Carlos Baena