

Filiales Internacionales

Americatel Corp.

Americatel Centroamérica

Americatel Perú

ENTEL Venezuela





Americatel Corporation

En un año de crisis para el mundo, en la economía y la industria de las telecomunicaciones, 2002 fue un año de prueba, donde se redoblaron los esfuerzos para satisfacer al mercado de 38 millones de hispanos, que viven en Estados Unidos.

Al finalizar el año 2002, más de cuatro millones de clientes han usado el 1010-123 de Americatel, consolidándose en forma definitiva entre los latinos de Estados Unidos como líder en la categoría de código para larga distancia. Asimismo, la presencia en el mercado de las tarjetas prepagadas, los nuevos sistemas de distribución nacional, el fuerte crecimiento en los servicios contratados de larga distancia y los servicios de Internet, lograron proyectar a Americatel como un líder en el mercado hispano.

El servicio contratado de larga distancia de Americatel tuvo su mejor año, con 170 mil clientes, lo que representa un aumento de 32% por sobre el año anterior. Durante este mismo periodo, se inició un programa especial de mantención y fidelización de clientes de alto consumo, llegando a cursar 132 millones de minutos de larga distancia en la modalidad de servicio contratado en el año.



M E M O R I A E N T E L 2 0 0 2



El tráfico de la compañía en la categoría discado y presuscrito continuó su crecimiento, alcanzando los 685 millones de minutos, ubicándose como el carrier número 40 del mundo. Si se suma a esto los servicios de tarjetas de prepago y el tráfico internacional generado por la unidad de servicio a otros carriers (wholesale), se concluye que por el switch de Americatel trafican sobre 1,3 mil millones de minutos. Este tráfico total de minutos de Americatel es superior a la suma del tráfico saliente en un año de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay combinados.

El tráfico de larga distancia vía tarjetas de prepago registró una baja importante durante el año 2002, como consecuencia de diversos factores, entre ellos el alza de tarifas orientada a mejorar la rentabilidad del producto y una más estricta política crediticia con respecto a los distribuidores.

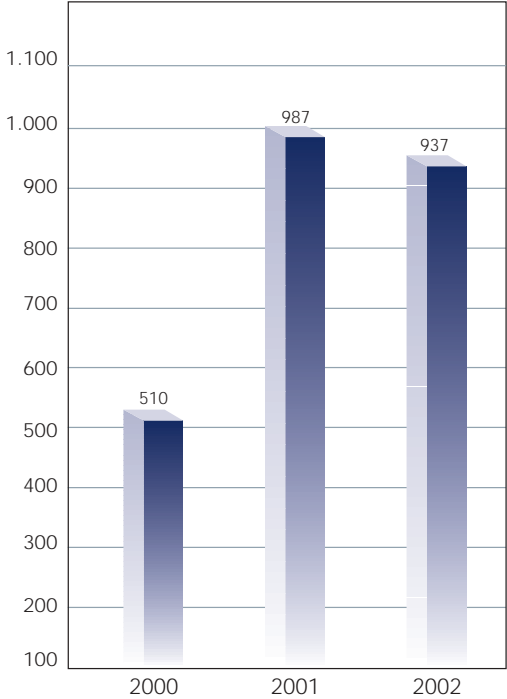
En cuanto a servicios de Internet, Americatel ofrece los servicios de ISP (proveedor de Internet) y un Portal de comunicaciones para el mercado hispano de E.E.U.U., el 123.com. Durante este año, el Portal experimentó un giro hacia el e-commerce, destacándose la comercialización de tarjetas de prepago en el sitio y el desarrollo de nuevos productos, como la contratación de servicios telefónicos online.

Durante 2002, la empresa fue distinguida por la US-Mexico Chamber of Commerce, con el premio Double Eagle Award, y recibió el reconocimiento de la Greater Miami Chamber of Commerce, como la séptima empresa en volumen de ventas del Estado de Florida, entre las empresas no listadas en Bolsa.

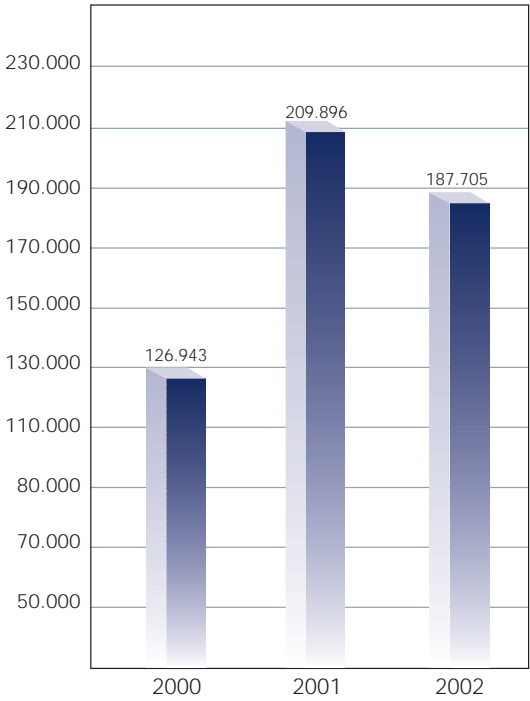
Por otra parte, se destacó la campaña de apoyo al Presidente de la República de El Salvador, cuando Americatel difundió a medio millón de hogares salvadoreños residentes en E.E.U.U., su mensaje de reinscripción a un beneficio migratorio.

En un mercado de 38 millones de hispanos, que viven en Estados Unidos, y una cartera de clientes que crece a un ritmo de 75 mil personas por mes, Americatel se embarca con tecnología del futuro en el desafío de ser la empresa número uno de los hispanos en Estados Unidos.

Americatel Corp
Millones de minutos discados, presuscritos y prepago



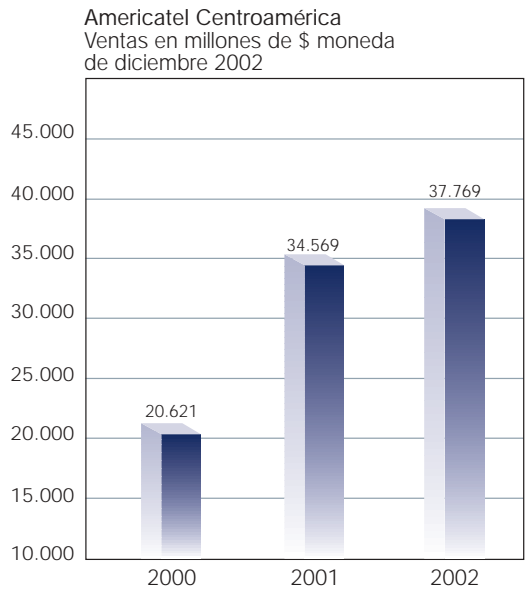
Americatel Corp
Ventas en millones de \$ moneda de diciembre 2002





Americatel Centroamérica

Durante 2002, Americatel Centroamérica se ubicó entre las cien primeras empresas de la región en términos de ventas (Edición especial de Estrategia & Negocios, septiembre 2002) y terminó el año con una venta de casi 38 mil millones de pesos, un crecimiento del 9,3%.



En El Salvador, se lanzó la tarjeta Pre Pagada para llamadas de larga distancia internacional, alcanzando en los primeros cinco meses de operación una participación de mercado cercana al 20%.

Americatel El Salvador y Americatel Guatemala son actores relevantes en el mercado de larga distancia internacional en el segmento empresarial, a través de su producto multicarrier contratado "158" y "143", respectivamente.

Americatel Honduras ha mantenido su liderazgo en el mercado de Servicios Empresariales, con un tercio del mercado total. La entrega de servicios de alto nivel de disponibilidad, y los excelentes tiempos de respuesta a sus clientes, han sido los factores claves para su diferenciación en el mercado empresarial. Para potenciar esta posición, durante el año

2002, se desarrolló una plataforma de Multiservicios que a partir de enero de 2003 estará en funcionamiento, entregando nuevas prestaciones y servicios de valor agregado a sus clientes. Con respecto al servicio internet conmutado, se lanzó con gran éxito una variada cantidad de planes, de acuerdo al perfil de uso de los clientes, en la modalidad de pre pagados, aumentando la venta con respecto al año anterior en más de un 50%.

En relación con los servicios de terminación de tráfico, El Salvador y Guatemala cursan más del 22% del total del tráfico que termina en dichos países, con 390 millones de minutos en el año.

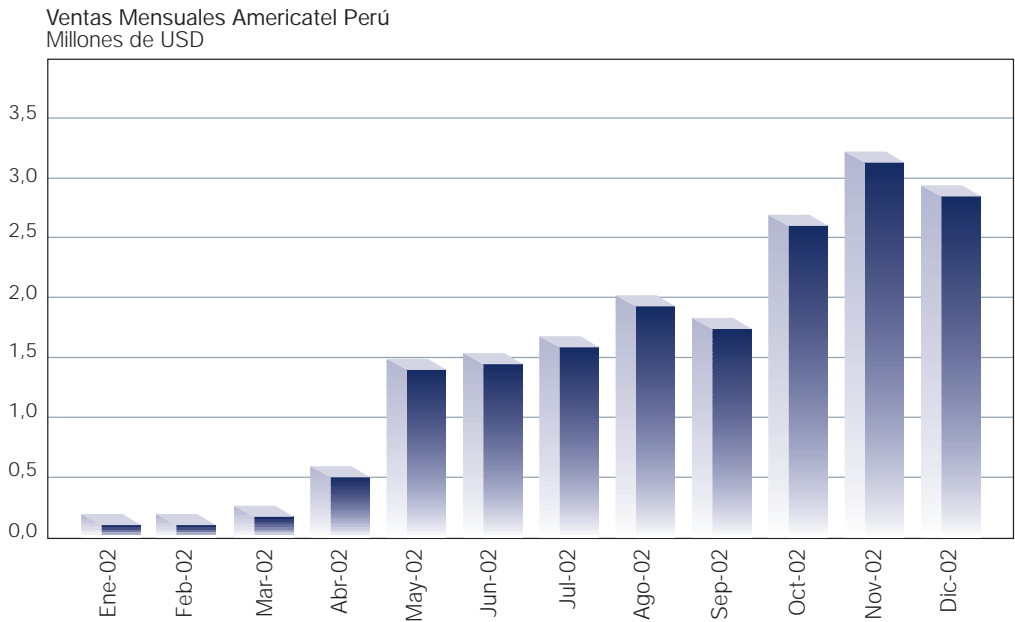
Americatel Perú

La República del Perú posee un mercado de telecomunicaciones que atraviesa por un importante proceso de apertura y que representa más de un 3% de su Producto Interno Bruto. Además, tiene una población cercana a los 25 millones de habitantes, convirtiéndose en un mercado muy atractivo y de grandes posibilidades.

ENTEL incursionó en Perú al comienzo con una estrategia orientada a la actividad mayorista de terminación de tráfico, para lo cual fue necesario obtener la licencia de larga distancia correspondiente.



M E M O R I A E N T E L 2 0 0 2



Durante el año 2002, se realizó el lanzamiento del código de acceso 19-77 para todas las llamadas de larga distancia nacional e internacional del Perú, con excelentes resultados, captando cerca del 35% del mercado de larga distancia internacional y cerca del 20% del de larga distancia nacional, en menos de tres meses, alcanzando una venta de casi 25 mil millones de pesos. Además, fue el primer código de larga distancia lanzado al mercado, con una campaña publicitaria de gran impacto que utilizó el mismo concepto de las Chicas 123 de ENTEL Chile.

Este éxito se debe a la aplicación del conocimiento y experiencia adquiridos en el mercado chileno, a la oferta atractiva en materia tecnológica y a más de dos años de estudio e investigación acuciosa del mercado.

Por otra parte, durante 2001, Americatel Perú se adjudicó una concesión para la prestación de servicios de telefonía fija local, mediante la tecnología Wireless Local Loop (WLL). En el año 2002 comenzó sus operaciones como un nuevo proveedor de telefonía fija local y de acceso a Internet, compitiendo con Telefónica, AT&T y Millicom, entre otras compañías.

Americatel Perú cuenta con oficinas instaladas en Lima y presencia en distintas ciudades, una amplia gama de

productos de tecnología de punta, un centro de operaciones denominado NOC (Network Operation Center), que alberga todos los elementos tecnológicos necesarios, un centro de conmutación, interconexiones, fibra óptica, acceso a las redes de voz y datos de Perú y el resto del mundo, entre otros.

ENTEL Venezuela

ENTEL comenzó sus operaciones comerciales en junio del año 2002 en el mercado de Venezuela, país de aproximadamente 23 millones de habitantes, que presenta una apertura de su mercado de telecomunicaciones y una normativa similar a la chilena. Comenzó con el servicio de terminación de tráfico de larga distancia internacional a mayoristas. Más tarde, a fines de septiembre de 2002, lanzó los servicios públicos de Larga Distancia Nacional e Internacional focalizado en el mercado empresarial. Adicionalmente, se inició la distribución de tarjetas de prepago para el mercado masivo. Por otra parte, ENTEL Venezuela ya cuenta con una concesión para ofrecer servicio de acceso a Internet Conmutado, servicio de telefonía fija y banda ancha, negocios que se desarrollarán en consonancia con la realidad política y económica que presente Venezuela.