

calidad



HotelCarrera

Símbolo de la mejor hotelería chilena, es un verdadero baluarte del centro cívico de Santiago. Ubicado hace más de 62 años en la calle Teatinos, a pasos de la casa de Gobierno, el hotel se ha caracterizado desde siempre por ofrecer servicios hoteleros de calidad superior, siendo el preferido entre dignatarios y ejecutivos de negocios en el centro de la ciudad.

Ese prestigio y excelencia en el servicio y atención lo llevaron a convertirse en miembro del exclusivo grupo de hoteles "The Leading Hotels of the World", ubicándose a la altura de los más renombrados hoteles del mundo.

En la década de 1990, Hotel Carrera expandió la cadena, aprovechando el buen nombre y reputación del hotel de cinco estrellas, la experiencia de su administración y su buena infraestructura. Así, al renombrado cinco estrellas de Santiago se sumaron otros tres establecimientos en regiones, los que ofrecen el nivel de servicio que ha distinguido al hotel durante su larga trayectoria. De ellos, el Hotel Carrera de Santiago y el Hotel Araucano de cuatro estrellas de Concepción son de propiedad de Hoteles Carrera, mientras que los otros tres establecimientos, ubicados en el norte de Chile, son operados por Hoteles Carrera. Estos son La Serena Club Resort y su centro de eventos y los Carrera Club Resorts de Iquique y Antofagasta.

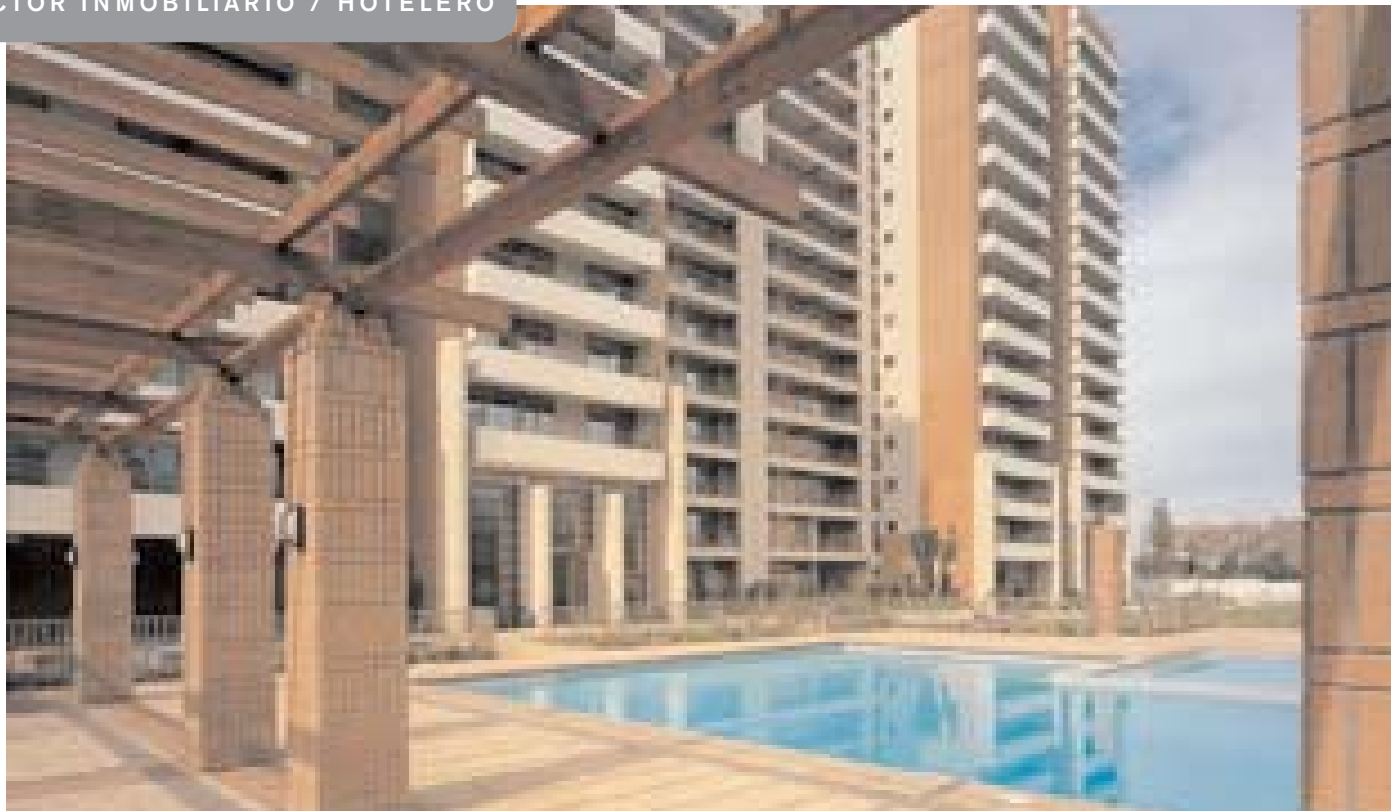
El ejercicio 2002 estuvo marcado por un profundo trabajo realizado

con el objeto de fortalecer y reposicionar la imagen del Hotel Carrera frente a la gran competencia de las cadenas internacionales. Ello significó, entre otras cosas, replantear el enfoque, mejorar las eficiencias, adecuar toda la estructura de personal a las nuevas necesidades del mercado hotelero y renovar la decoración, con objetos y colores afines con la época actual.

RESULTADOS 2002

Las ventas de Hoteles Carrera disminuyeron en alrededor de 7,4%, a \$7.016 millones durante 2002. La disminución en las ventas durante el año se debió principalmente a las menores tasas de ocupación de la cadena hotelera y, en menor medida, a una disminución en las tarifas promedio de las habitaciones en el hotel de Santiago. En términos generales, el negocio se vio afectado por la disminuida demanda interna, especialmente el segmento de hoteles de lujo de Santiago. Los hoteles en el norte de Chile también se vieron afectados por la baja demanda turística de parte de visitantes argentinos, como consecuencia de la continuada crisis en ese país.

Hoteles Carrera informó una pérdida neta durante 2002 de \$996 millones, una leve disminución comparada con la pérdida neta informada en 2001 de \$1.175 millones. La pérdida neta fue resultado tanto del débil desempeño operacional, como de las pérdidas no operacionales que alcanzaron a \$617 millones e incluyeron una pérdida por la venta de un sitio de \$150 millones.



HABITARÍA

Con sólo cuatro años de actividad en el mercado nacional, Habitaría ha logrado posicionarse como una de las empresas líderes en la región metropolitana en el desarrollo de proyectos inmobiliarios para las familias de los segmentos medios y altos. Lo anterior gracias a la calidad de sus diseños, la variedad de sus proyectos, una acentuada presencia de marca, excelente servicio al cliente y economías de escala respaldadas por la credibilidad y solvencia de la empresa.

Habitaría es un joint venture entre Quiñenco y Ferrovial Inmobiliaria Chile Ltda., filial indirecta de Ferrovial Inmobiliaria S.A., compañía que se ubica dentro de las tres mayores y más respetadas empresas de construcción de España.

Desde el inicio de sus actividades, en junio de 1998, Habitaría se ha empeñado en introducir un nuevo concepto de vida urbana, basado en la comodidad, seguridad y vida saludable en familia. En esa línea, la compañía ha desarrollado nueve proyectos en diversos sectores de Santiago y la V región, las dos áreas de mayor población de Chile.

Durante el año, Habitaría expandió sus canales de venta más allá de las salas de ventas de los proyectos. Se inauguraron una red de asesores inmobiliarios, un canal de ventas a través de Internet, una alianza con Ripley para la venta de viviendas en sus tiendas princi-

pales, y también una alianza estratégica con ACOP. En su primer año de funcionamiento, estos nuevos canales de venta no tradicionales arrojaron el 26% de las ventas de Habitaría.

Habitaría invirtió aproximadamente UF725.000 en el desarrollo de proyectos en el año 2002 y tiene planificado invertir unos UF300.000 adicionales en el 2003 con el objeto de terminar varias etapas de proyectos existentes.

RESULTADOS 2002

Habitaría registró una utilidad neta de \$898 millones en el año 2002, siendo la mayor registrada desde el inicio de sus actividades, en 1998, y un 109% mayor a la de 2001. Durante 2002, Habitaría informó un aumento en las ventas de un 14,7% en comparación a 2001, correspondientes a 436 unidades (398 en 2001). El aumento en las ventas refleja un mercado inmobiliario relativamente más dinámico, estimulado por las bajas tasas de interés imperantes. Además, el mayor inventario general disponible para la venta (correspondiente a 8 proyectos habitacionales) influyó en el mayor nivel de ventas realizadas durante el año. En el mismo período, Habitaría pre-ventó 142 unidades para entrega durante períodos futuros y que no están incluidas en las ventas del ejercicio 2002. Su stock de viviendas terminadas al 31 de diciembre de 2002 (excluyendo las unidades con compromiso de compra a la misma fecha) era de 266 departamentos y casas. Durante 2003 se espera que Habitaría complete la construcción de tres fases adicionales de proyectos en curso.