

Señores Directores de la Universidad de Chile

Estimados señores:

El presente informe a Gerencia Ejecutiva de la Universidad de Chile 2018, tiene como objetivo informar a la gerencia de los resultados de gestión.

Gestión y Ventas Los resultados de gestión en el año 2018 fueron +5,43% más alto que en el 2017. Logrando un total de \$42.785,6 millones en ventas, lo que representa un crecimiento de 5,43% respecto al año anterior. Cabe mencionar que los ingresos por venta de habitaciones en el periodo 2017-2018 fueron de \$44.879 en 2017 y \$46.979 en 2018, lo que representa un crecimiento en porcentaje de 4,68%. Este crecimiento se debe a la implementación de estrategias de marketing y a la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen.

En el aspecto de costos, se logró reducir el costo de operación en un 1,5% respecto al año anterior. Esto se logró gracias a la implementación de estrategias de optimización de recursos, como la reducción de gastos en publicidad y el uso de plataformas digitales para la venta de habitaciones. Además, se modificó la carta del restaurante ofreciendo una variedad de platos que atraen a los clientes, lo que contribuyó a un aumento en el concepto de mejorar el punto de venta para atraer a los clientes y aumentar la rentabilidad de los productos de bajo costo. Estas acciones se realizaron en conjunto con la implementación de estrategias de marketing y la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen. Cabe mencionar que la implementación de estas estrategias se realizó de manera gradual y se continuará trabajando en ellas para asegurar el éxito de la empresa.

En cuanto a la estructura de costos, el año 2018 fue de \$27.114 millones, lo que representa un crecimiento de 1,5% respecto al año anterior. Este crecimiento se debe a la implementación de estrategias de optimización de recursos.

En el aspecto de ingresos, se logró un crecimiento de 5,43% respecto al año anterior. Esto se logró gracias a la implementación de estrategias de marketing y a la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen. Cabe mencionar que la implementación de estas estrategias se realizó de manera gradual y se continuará trabajando en ellas para asegurar el éxito de la empresa.

Marketing El año 2018 se caracterizó por 5 campañas de marketing, las cuales se realizaron de manera estratégica para atraer a los clientes y aumentar la rentabilidad de los productos de bajo costo. Estas acciones se realizaron en conjunto con la implementación de estrategias de marketing y la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen.

Los resultados de gestión en el año 2018 fueron de \$42.785,6 millones, lo que representa un crecimiento de 5,43% respecto al año anterior. Este crecimiento se debe a la implementación de estrategias de marketing y a la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen.

Obras, Mantenimiento, Adquisiciones Se realizaron obras de mantenimiento y adquisición de bienes muebles e inmuebles, las cuales se realizaron de manera estratégica para mejorar la infraestructura de la empresa y aumentar la rentabilidad de los productos de bajo costo. Estas acciones se realizaron en conjunto con la implementación de estrategias de marketing y la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen.

Estado de Gastos El informe de gastos de gestión en el año 2018 fue de \$27.114 millones, lo que representa un crecimiento de 1,5% respecto al año anterior. Este crecimiento se debe a la implementación de estrategias de optimización de recursos. Cabe mencionar que la implementación de estas estrategias se realizó de manera gradual y se continuará trabajando en ellas para asegurar el éxito de la empresa.

... de esta manera, se garantiza el cumplimiento de la Ley de Estampas del Perú y la inscripción de los sellos de correo en el momento y desarrollo en el tiempo del control de trabajos para este tipo de servicios, así como el cumplimiento de los requisitos de calidad de los servicios de correo postal.

De los señores suscritos, el suscrito es:



Gerente General