

**INFORME DE LA GERENCIA GENERAL DEL
CENTRO DE ESPAÑOL DE CUENCA, CESCUNCA S.A.
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2009.**

Señores miembros de la Junta General:

De acuerdo con las disposiciones estatutarias del Centro de Español de Cuenca, CESCUNCA S.A. presento a ustedes el presente informe:

Antecedentes

Desde aproximadamente quince años hemos mantenido una activa relación comercial con Estudio Sampere, España, que colabora con CESCUNCA S.A, en el proceso de promoción internacional de la escuela de Cuenca mediante la participación en eventos diversos tanto en Europa como en Estados Unidos y que ha difundido nuestro material de promoción, así como ha informado a las agencias de lenguas acerca de nuestros cursos y ofertas.

En 2006 se firmó un acuerdo comercial de exclusividad que permite a la empresa CESCUNCA el uso de la marca comercial Sampere en América Latina; por estas y otras razones agradecemos a Estudio Sampere su colaboración con esta empresa.

El número de estudiantes recibido durante el año de 2009 no ha sido todo lo satisfactorio que hubiésemos querido pero, en compensación, ciertas situaciones del mercado internacional, particularmente la epidemia de la gripe AH1N1, permitió la llegada a Cuenca de un alto número de estudiantes de universidades de los Estados Unidos, particularmente de Mankato, Minnessota, lo que ha permitido mantener un cierto equilibrio financiero.



Sonia Aguirre Jarama

El flujo de estudiantes

Durante el año 2009 nuestro centro de enseñanza de español ha recibido 189 alumnos que han realizado un total de 229 segmentos por un total de 907 semanas de clase.

Podemos desglosar estos datos de la siguiente manera:

98 cursos corresponden a Mini Grupo Intensivo lo que equivale al 43%

48 cursos corresponden a Intensivo Plus, lo que equivale al 21%

18 cursos corresponden a One to One lo que equivale al 8% del total

35 cursos caen en la categoría de especiales lo que equivale al 15% del total.

30 cursos corresponden a Credit & Semester lo que equivale al 13% del total.

porcentajes que en términos generales son muy semejantes a los del año pasado con la excepción de que hemos impartido casi el doble de Credit & Semester frente a casi la mitad de One to One en relación al año pasado.



La tendencia muestra entonces que los cursos de Mini Grupo Intensivo continúan siendo los más importantes dentro del total de cursos ofrecidos ya que casi la mitad del número total de cursos corresponden a esta categoría.

El promedio de estadía de los estudiantes se sitúa en algo más de 4 semanas, una semana más de promedio que el año pasado, lo que se da por el alto número de

cursos de Credit, aunque esta cifra varía en relación con la nacionalidad, fenómeno que ya hemos observado en años anteriores.

Nacionalidad de los estudiantes

La nacionalidad de los estudiantes es un elemento de juicio muy importante para nuestra planificación y en especial para los esfuerzos de mercadeo internacional de nuestro producto que desarrolla Estudio Internacional Sampere, EIS, en España.

A partir de 229 cursos podemos desglosar la nacionalidad en la siguiente forma

Suiza	124	52,8%
Estados Unidos	60	28,7%
Alemania	14	7,5%
Gran Bretaña	3	1,13%
Holanda	4	3%
Suecia	3	1,5%
Canadá	4	0,75%
Francia	2	0,38%
Liechtenstein	2	0,38%
Otros	13	



Sonia Aguirre Jemeria

no sea escogido como destino de estudios. Esto sin embargo se ve compensado por los cursos de Credit & Semester que han alcanzado un nuevo pico.

Los estudiantes alemanes, británicos y holandeses han llegado en números casi exactos a los del año anterior. El número de estudiantes de otras nacionalidades ha crecido ligeramente en términos absolutos.

Como hemos estado acostumbrados la diferencia entre hombres y mujeres es notable, un 26,5% de los primeros frente a un 73,5% de las segundas.

La edad promedio alcanza a 30,1 años, un poco más elevada que en años anteriores.

Por su parte debemos destacar que de los 191 alojamientos registrados el 90,6% han sido en familia frente a un 9,4% en apartamentos y hoteles.

Las Agencias:

A diferencia del origen de los estudiantes nuestra relación con las agencias muestra que ninguna ocupa una posición claramente dominante según se desprende del cuadro adjunto.

Ranking por agencias	
INDEPENDIENTE	50
Sprachen.ch	44
Dr. Karl H. Heise - Minnesota State University	27
BOA LINGUA	25
GLOBO STUDY Sprachreisen Weltweit	11
Language School Worldwide S.L.	10
N.R.C.S.A.	6
SPANISH WORKS, INC.	6
PRO LINGUIS	5
Spanish Study Holidays LTD.	5
Institute for Spanish Language Studies	4
ANNEMARIE+ROLF FRISCHKNECHT	3
COSMOLINGUA BERN	3
INTERLANGUAGE	3
IS INTERNATIONELLA SKOLORNA	3
LINGUISTA SPRACHAUFENTHALTE	3
Linguland Sprachreisen GmbH	3
StudyGlobal M&A S.L.	3
CARL DUISBERG CENTREN	2
COSMOLINGUA	2
Ideal Educational Group	2
MMC-XXI vek	2
BRIDGE-LINGUATEC (Director of Admissions)	1
EUROSTUDY INTERNATIONAL	1
INTACT	1
LINGUA SERVICE WORLDWIDE. LTD	1
LYCOMING COLLEGE	1
Sommer Sprachreisen GmbH	1
VILLA LATINA	1

El nivel de la agencia suiza Boa Lingua , históricamente número 1, ha decrecido, pasando a un tercer lugar con 25 estudiantes luego de la también Suiza, Sprachen CH, ahora nuestra más importante agencia con 44 estudiantes y de la Universidad de Mankato, Minnesota con 27.

Un notable cambio en la composición de los centros emisores es el que un total de 50 cursos, solamente un 20% del total provienen de independientes, esto es estudiantes directos ya sea en Cuenca o en España, frente a casi un 40% el año pasado, esto representa un aspecto negativo al necesitar con las captaciones de agencias el pagar comisiones, que alcanzan a niveles el entre el 25 y 30%.

Situación financiera y resultados:

A pesar de la disminución del número de estudiantes hemos procurado estabilizar la situación de la empresa mediante una limitación de los gastos aunque el cambio en las disposiciones legales en torno a la contratación por horas, que ha sido el mecanismo que aplicamos por años, nos ha llevado a la contratación como personal permanente de las profesoras que han prestado servicios con nosotros en forma regular.

La venta de cursos alcanza a la cantidad de \$204 168,75 pero dada la modalidad de nuestra labor en donde se deben cubrir altos egresos por pago a los profesores y el personal, los egresos alcanzan a \$196 927, 98.

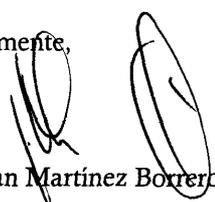
Como debe entenderse, en nuestro negocio los gastos de administración alcanzan a un elevado porcentaje del total de gastos (\$ 109 916,53 un 54%) ya que nuestro principal egreso se sitúa en remuneraciones dada la modalidad de nuestra empresa. Los gastos de operación, por su parte, alcanzan a un 46% del total de egresos elemento de equilibrio que ha sido favorablemente apreciado en el informe de la señora Comisaria de la empresa.

Los resultados del ejercicio 2009 alcanzan a \$7 284, 77 y una vez descontados el 15% de participación de los trabajadores y el 25% de impuesto a la renta se obtiene una utilidad líquida de \$4 626, 64 la que se sitúa en los números históricos de la empresa.

En esta situación se ha mantenido nuestro cumplimiento con el SRI a través de la retención y pago oportuno de los impuestos causados, así como con las obligaciones patronales que se mantienen al día.

Cuenca, marzo de 2010.

Atentamente,


Dr. Juan Martínez Borrero
Gerente General