

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL DEL CENTRO DE ESPAÑOL DE CUENCA, CESCUNCA S.A. CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2010.

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 informe de Gerencia:

Antecedentes

Desde aproximadamente dieciséis 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.

Dadas las condiciones del mercado mundial se ha experimentado un retroceso en el número de estudiantes que han llegado a Cuenca, lo que corresponde en términos generales a la situación general de las escuelas Sampere y a la del mercado internacional de cursos de español.

Por otra parte la superación de la emergencia sanitaria del 2009 ha redirigido a los estudiantes, en especial de los Estados Unidos, hacia México lo que ha limitado

notablemente el número de alumnos universitarios de esa nacionalidad en relación al ejercicio anterior.

El flujo de estudiantes

Durante el año 2010 nuestro centro de enseñanza de español ha recibido 172, alumnos que han realizado un total de 224 segmentos por un total de 850 semanas de clase.

Podemos desglosar estos datos de la siguiente manera:

102 cursos corresponden a Mini Grupo Intensivo lo que equivale al 45,5%

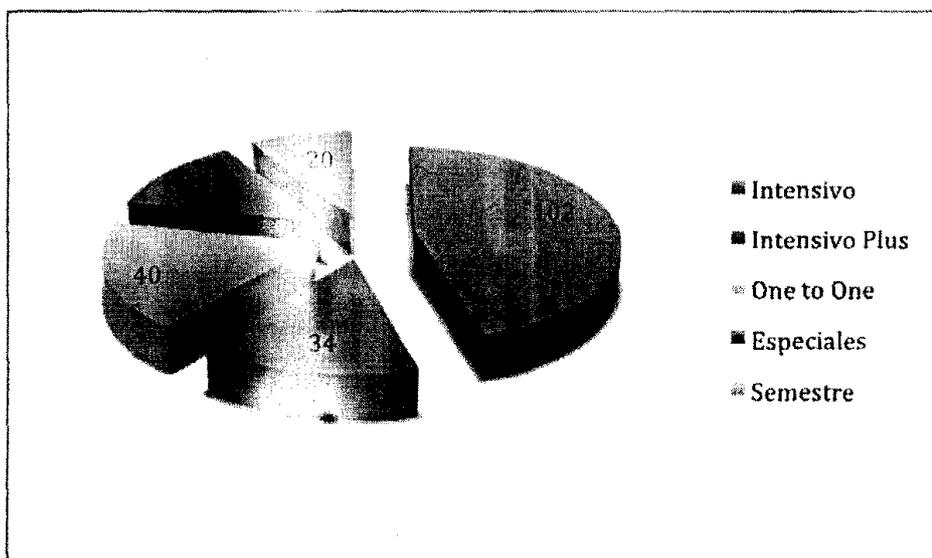
34 cursos corresponden a Intensivo Plus, lo que equivale al 15%

40 cursos corresponden a One to One lo que equivale al 17,85% del total

28 cursos caen en la categoría de especiales lo que equivale al 12,5% del total.

20 cursos corresponden a Credit & Semester lo que equivale al 9% del total.

porcentajes que en términos generales son muy semejantes a los del año pasado con la excepción de que hemos impartido un 6% menos de cursos de Credit & Semester ha crecido el porcentaje de cursos One to One pero ha disminuido el de Intensivo Plus, 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.

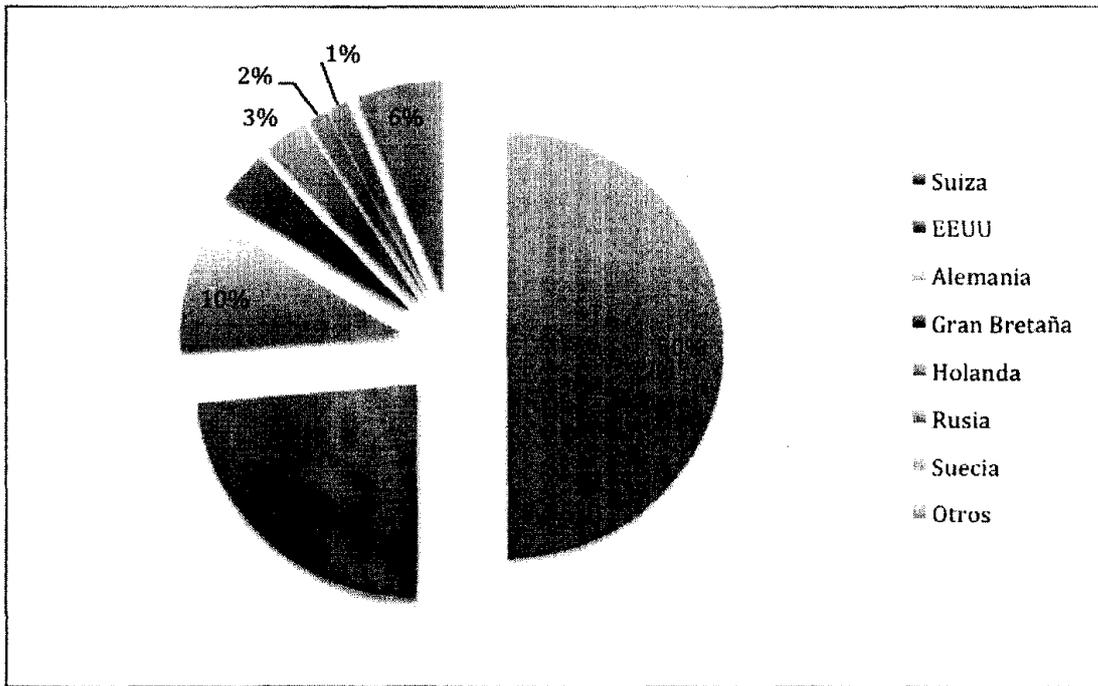
El promedio de estadia de los estudiantes se sitúa en algo más de 4 semanas, una semana más de promedio que el año pasado, lo que se da por el alto número de cursos de Credit, aunque esta cifra varía en relación con la nacionalidad, fenómeno que ya hemos observado en años anteriores.

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 224 cursos podemos desglosar la nacionalidad en la siguiente forma

Suiza	112	50%
Estados Unidos	53	24%
Alemania	23	10%
Gran Bretaña	9	4%
Holanda	7	3%
Rusia	3	1%
Suecia	3	1%
Otros	14	6%



El número de estudiantes suizos se ha mantenido en su nivel histórico al situarse en un 50% del total, frente al 54% del año anterior, esto significa que continuamos con la excelente relación con las agencias de ese país y con una imagen muy positiva entre los compradores de cursos de español en las diversas ciudades de ese país europeo.

Los estudiantes de los Estados Unidos, muestran una notable disminución porcentual al alcanzar un 24% que siendo importante, al situarse en el segundo lugar de origen de nuestros alumnos, está por debajo del cerca del 40% al que hemos estado acostumbrados.

Aunque existen varios factores para esto creemos que nuestra publicidad en los EEUU es aún muy limitada, que la competencia de países más cercanos como México y Costa Rica es también decisoria y que la imagen que proyecta el Ecuador se ve como negativa lo que también provoca que no sea escogido como destino de estudios. Esto sin embargo se ve compensado por los cursos de Credit & Semester aunque estos, como lo señalamos han disminuido en relación a 2009.

Los estudiantes alemanes han llegado en un porcentaje notablemente mayor mientras que los estudiantes británicos y holandeses han llegado en algo superiores a los del año anterior. El porcentaje de estudiantes de otras nacionalidades ha crecido ligeramente para situarse en un 6% del total.

Como hemos estado acostumbrados la diferencia entre hombres y mujeres es notable, un 32% de los primeros frente a un 68% de las segundas, aunque esto significa un cierto crecimiento del porcentaje de estudiantes varones en la escuela.

La edad promedio alcanza a 31 años, un año elevada que en el año anterior y algo mayor que en años pasados.

Por su parte debemos destacar que de los 174 alojamientos registrados el 85,1% han sido en familia frente a un 14,9% en apartamentos y hoteles con lo que los porcentajes han variado en un 5% de disminución de familias y de aumento de alojamiento en hoteles y apartamentos .

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	65
BOA LINGUA	47
Minnesota State University	19
Sprachen.ch	19
GLOBO STUDY Sprachreisen	16
Language School Worldwide S.L.	9
Spanish Study Holidays LTD.	6
LanguageCourse S.L.	4
LINGUISTA SPRACHAUFENTHALTE	4
SPANISH WORKS, INC.	4
BRIDGE-LINGUATEC (Director of Admissions)	3
LINGUA SERVICE WORLDWIDE, LTD	3
Linguland Sprachreisen GmbH	3
ALFA SPRACHREISEN	2
ANNEMARIE+ROLF FRISCHKNECHT	2
IS INTERNATIONELLA SKOLORNA	2
N.R.C.S.A.	2
PRO LINGUIS	2
STUDY GLOBAL	2
THÜR LINGUA AG	2
Asmaral	1
Cactus Worldwide Ltd.	1
CARL DUISBERG CENTREN	1
Folkeuniversitetet Oslo	1
StudyGlobal M&A S.L.	1
The University of North Carolina at Pembroke	1
TRICOLORE	1
Weg Wijs	1

La agencia suiza Boa Lingua , históricamente número 1, ocupa nuevamente el primer lugar con un total de 47 estudiantes luego de que en el año pasado había sido superada por la también Suiza, Sprachen CH, que ha enviado menos de la mitad de estudiantes con un total de 19, igual que la Universidad de Mankato, Minnesota. En tercer lugar de las agencias suizas se sitúa Globo Study con 16 estudiantes siendo la cuarta agencia por número.

Debemos lamentar el escaso número de estudiantes de la agencia Spanish Works, que representa a Sampere en Estados Unidos, y que apenas ha enviado 4 estudiantes durante 2010

Un notable cambio en la composición de los centros emisores es el que un total de 65 cursos, cerca de un 30% del total provienen de independientes, esto es estudiantes directos ya sea en Cuenca o en España, frente a casi un 30% el año

pasado, esto representa un aspecto positivo al evitar que con las captaciones de agencias se paguen comisiones, que alcanzan a niveles el entre el 25 y 30%.

Estamos a la espera de una mejor estrategia de marketing por Internet que podría ampliar el número de estudiantes directos.

Situación financiera y resultados:

La disminución del número de estudiantes ha determinado una notable reducción de ingresos por lo que para estabilizar la situación de la empresa se ha debido limitar los gastos en lo posible, como señalábamos en el informe sobre el ejercicio 2009, el cambio en las disposiciones legales en torno a la contratación por horas, que ha sido el mecanismo que aplicamos por años, que nos llevó a la contratación como personal permanente de las profesoras que han prestado servicios con nosotros en forma regular, ha tenido incidencia sobre los gastos.

La venta de cursos alcanza a la cantidad de \$183 571, 92, un 10% menos que en el ejercicio anterior, por las razones señaladas, 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 \$177 368,08.

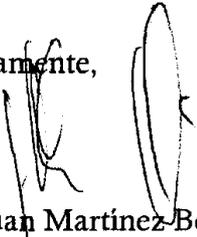
Como debe entenderse, en nuestro negocio los gastos de administración alcanzan a un elevado porcentaje del total de gastos (\$ 99 704, 34 un 54%) casi exactamente igual que en ejercicios anteriores) ya que nuestro principal egreso se sitúa en remuneraciones dada la modalidad de nuestra empresa. Los gastos 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 alcanzan a \$6 185, 84 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 \$3 855,36 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, 22 de marzo de 2011.

Atentamente,



Dr. Juan Martínez Borrero
Gerente General



05 MAY 2011

Sheila FC