

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL DEL CENTRO DE ESPAÑOL DE CUENCA, CESCUEENCA S.A. CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2017.

Señores miembros de la Junta General:

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

Antecedentes

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.

Desde aproximadamente veinte y dos años hemos mantenido una activa relación comercial con Estudio Sampere, España, que colabora con CESCUEENCA 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 CESCUEENCA el uso de la marca comercial Sampere en América Latina; por estas y otras razones agradecemos a Estudio Sampere su colaboración con esta empresa. En este año se ha renovado el acuerdo para el período 2012 a 2016 en términos algo distintos a los anteriores pero que consideramos que favorables para la empresa. Hemos firmado un nuevo acuerdo comercial para el periodo 2017-2022 y se ha logrado una ligera baja en nuestras obligaciones para con Sampere Madrid.

Las condiciones del mercado de enseñanza de español han variado sustancialmente en los últimos años, por lo que debemos adecuarnos a una menor demanda y a un flujo contenido de estudiantes que ha disminuido en más de un 50% desde 2009.

El flujo de estudiantes

Durante el año 2017 nuestro centro de enseñanza de español **119** estudiantes, con **140** segmentos y **458** semanas de clase, lo que resulta en una disminución

neta de las cifras del año anterior en que recibimos 134, alumnos que realizaron un total de 182 segmentos por un total de 691 semanas de clase. Podemos desglosar estos datos de la siguiente manera:

INTENSIVO 66 equivalente a un 47,15%
CREDIT 21 equivalente a un 15%
INTENSIVO PLUS 5 12 equivalente a un 8,57%
INTENSIVO PLUS 10 11 equivalente a un 7,86%
ONE TO ONE 20 9 equivalente a un 6,42%
TWO TO ONE 20 6 equivalente a un 6,42%
ONE TO ONE 25 4 equivalente a un 2,85%
SUMMER SESSION 3 equivalente a un 3,21%
VOLUNTEER PROGRAM 2 equivalente a un 1,425%
SPRING SEMESTER 2 equivalente a un 1,425%
FALL SEMESTER 2 equivalente a un 1,425%
ONE TO ONE 30 1 equivalente a un 0,71%
CURSO ESPECIAL 1 equivalente a un 0,71%

Los porcentajes en términos generales son muy semejantes a los del año pasado con la excepción de que hemos impartido un porcentaje algo más alto de Mini Grupo Intensivo y se ha mantenido un mismo porcentaje para los cursos de Credit & Semester. Los cursos One to One se han mantenido en niveles semejantes.

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 182 cursos podemos desglosar la nacionalidad en la siguiente forma

Suiza	60	46,5%
Estados Unidos	38	29,5%
Alemania	10	3,1%
Gran Bretaña	4	2,3%
Holanda	3	2,3%
Ecuador	2	1,6%
Otros	9	7%

Los estudiantes de los Estados Unidos, muestran un aumento porcentual al alcanzar un 44% lo que coloca a esta nacionalidad en primer lugar frente al 29,5% de 2016.

Aunque existen varios factores para esto creemos que el aumento de estudiantes en curso de grupo marca una tendencia a futuro, hay que mejorar nuestra publicidad en los EEUU que es aún muy limitada aunque podría haber algún resultado de mi participación en la feria de ACTFL en Nashville TN en octubre. Sabemos 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.

El número de estudiantes suizos se ha disminuido notablemente, por debajo de su nivel histórico al situarse en un 32% del total, frente al 46,5% del año anterior, esto significa que hay que replantearse la relación con las agencias de ese país para mantener una imagen muy positiva entre los compradores de cursos de español en las diversas ciudades de ese país europeo.

Los estudiantes alemanes han llegado en un porcentaje del 12% aunque nos interesa registrar cifras más altas. El porcentaje de estudiantes de otras nacionalidades se sitúa apenas en un 3% del total.

Como hemos estado acostumbrados la diferencia entre hombres y mujeres es notable, un 39,5% de los primeros frente a un 60,5% de las segundas, hay un ligero cambio en relación al año anterior, pero significa un notable crecimiento del porcentaje de estudiantes mujeres en la escuela.

La edad promedio alcanza a 32 años, un año mayor a la de 2016.

Por su parte debemos destacar que de los 139 alojamientos registrados el 89% han sido en familia frente a un 10% en apartamentos y 1% en hoteles con lo que los porcentajes han variado con una disminución de más de un 10% en familias y el consecuente crecimiento 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.

La agencia suiza Boa Lingua , históricamente número 1, ocupa nuevamente el primer lugar con un total de 23 estudiantes, como en el año pasado la también Suiza, Media Touristik, ha ocupado el segundo lugar con 15 alumnos. Eckerd College ha enviado 21 estudiantes.

Ranking por agencias

WEB 45

BOA LINGUA CENTRAL 23

ECKERD COLLEGE 21

GLOBO STUDY (Media touristik) Zürich 15

INDEPENDIENTE 9

CDC CARL DUISBERG CENTREN 4

Minnesota St Univ MSU 4

STUDY GLOBAL ALEMANIA 3

LYCOMING COLLEGE 3

Institute for Spanish Language Studies ISLS 2

COINED International 2

SPRACHKURSE-WELTWEIT 2

AILOLA Barcelona 2

SIGMA DELTA PI 1

CESA C.E.S.A. 1

LINGUISTA WINTERTHUR 1.

NRCSA 1

LINGUISTA BERN 1

Un notable cambio en la composición de los centros emisores es el que un total de apenas 9 cursos provienen de independientes, esto es estudiantes directos ya sea en Cuenca o en España, frente a casi un 30% el año pasado, lo que representa un aspecto negativo por su disminución, con el consecuente pago de 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. Esto quizá se refleja en un nuevo componente que son las ventas directas en la red que alcanzan a 45 alumnos y la acción de nuestro nuevo Gerente de Marketing, señor David Sampere, junto con la nueva Gerente General, señora Virginia Sampere, quienes se han comprometido a desarrollar nuevos esfuerzos de promoción con miras a recuperar los niveles de años anteriores.

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 2016.

La venta de cursos alcanza a la cantidad de \$152,820.39 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 \$145,516.46

Como debe entenderse, en nuestro negocio los gastos de administración alcanzan a un elevado porcentaje del total de gastos (\$67,019.87 un 46%, 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 52.01% del total de egresos elemento de equilibrio que ha sido favorablemente apreciado en el informe del Comisario de la empresa.

La utilidad operacional es de 7,303.93 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 \$4,478.33 mayor a la de los últimos ejercicios.

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, 20 de abril de 2018.

Atentamente,



Dr. Juan Martínez Borrero
Gerente General