INFORME DE LA GERENCIA GENERAL DEL CENTRO DE ESPAÑOL DE CUENCA, CESCUENCA S.A. CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2008.

Señores miembros de la Junta General:
De acuerdo con las disposiciones estatutarias del Centro de Español de Cuenca, CESCUENCA S.A. presento a ustedes el presente informe:

Antecedentes

Agradecemos la colaboración prestada por Estudio Internacional Sampere en la tarea de promoción de nuestro Centro de Enseñanza de Español para extranjeros de Cuenca, Ecuador. La presencia de Sampere Cuenca en las distintas ferias de promoción internacional ha sido posible a través de Sampere España que ha participado en eventos diversos tanto en Europa como en Estados Unidos y ha llevado nuestro material de promoción así como ha informado a las agencias de lenguas acerca de nuestros cursos y ofertas.

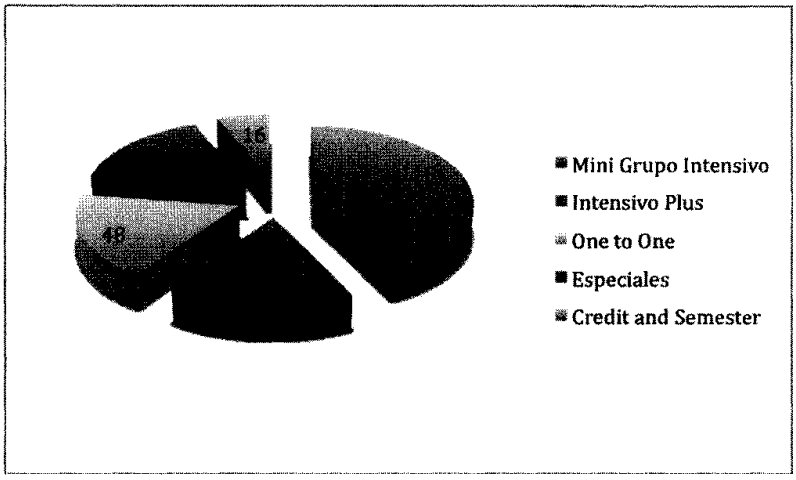
El número de estudiantes recibido durante el año de 2008 no ha sido todo lo satisfactorio que hubiésemos querido pero, en compensación, la presencia de estudiantes que han tomado cursos más largos, especialmente los cursos por créditos universitarios, han permitido mantener un cierto equilibrio financiero.

El flujo de estudiantes
Durante el año 2008 nuestro centro de enseñanza de español ha recibido 190 alumnos que han realizado un total de 242 estancias que incluyen 265 cursos y 269 segmentos.

Podemos desglosar estos datos de la siguiente manera:
115 cursos corresponden a Mini Grupo Intensivo lo que equivale al 42,75%
45 cursos corresponden a Intensivo Plus, lo que equivale al 16,72%
48 cursos corresponden a One to One lo que equivale al 17,85% del total
45 cursos caen en la categoría de especiales lo que equivale al 16,72% del total.

16 cursos corresponden a Credit & Semester lo que equivale al 5,95% del total. porcentajes ambos muy semejantes a los del 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 continúa en tres semanas al igual que el año pasado, aunque esta cifra varía en relación con la nacionalidad, fenómeno que ya hemos observado en años anteriores. Así entre las dos primeras nacionalidades, estadounidense y suiza, se establece un contraste muy claro entre un promedio de dos semanas para los estadounidenses y de cuatro semanas para los estudiantes de nacionalidad suiza.

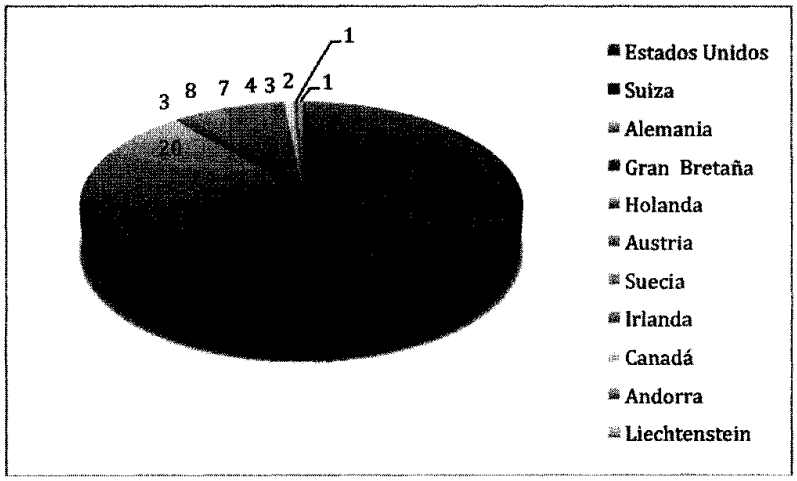
Nacionalidad de los estudiantes

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 265 cursos podemos desglosar la nacionalidad en la siguiente forma

Estados Unidos	76	28,7%

Suiza	140	52,8%
Alemania	20	7,5%
Gran Bretaña	3	1,13%
Holanda	8	3%
Austria	7	2,6%
Suecia	4	1,5%
Irlanda	3	1,13%
Canadá	2	0,75%
Andorra	1	0,38%
Liechtenstein	1	0,38%



El número de estudiantes suizos ha llegado a un pico porcentual histórico al situarse en un 52% del total, 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, por el contrario, muestran una notable disminución porcentual al alcanzar un 28,76% 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.

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.

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	107
BOA LINGUA	25
Sprachen.ch	24
N.R.C.S.A.	15
PRO LINGUIS	14
Dr. Karl H. Helse - Minnesota State University	13
BRIDGE-LINGUATEC (Director of Admissions)	10
GLOBO STUDY Sprachreisen Weltweit	10
SPANISH WORKS, INC.	6
Groupe Linguistique SARL. Accounting Dept.	5
LINGUA SERVICE WORLDWIDE, LTD	5
Language School Worlowide S.L.	4
LINGUISTA SPRACHAUFENTHALTE	3
THÜR LINGUA AG	3
C.E.S.A Languages Abroad	2
Center for Cultural Interchange USA	2
Effective	2
Ideal Educational Group	2
INTERLANGUAGE	2
Spanish Study Holidays LTD.	2
ALFA SPRACHREISEN	1
ALLEZ-Y SEJOURS LINGUISTIQUES	1
ANNEMARIE+ROLF FRISCHKNECHT	1
Cactus Worldwide Ltd.	1
CARL DUISBERG CENTREN	1
COSMOLINGUA BERN	1
COSMOLINGUA ZH	1
DIALOG SPRACHKURSE	1
Easy Sprachreisen	1
IS INTERNATIONELLA SKOLORNA	1

El nivel de la agencia suiza Boa Lingua ha tenido un ligero decrecimiento, manteniéndose, como en años anteriores como nuestra más importante agencia mientras que la agencia, también Suiza, Sprachen CH, ha alcanzado sus mejores

niveles situándose a corta distancia de Boa Lingua, por su parte ProLinguis asoma en tercer puesto de las agencias suizas con 13 cursos.

La primera agencia en los Estados Unidos es NRCSA con un total de 15 estudiantes, muy cerca está la Universidad de Mankato, con 13 y Bridge Linguatec con 10.

Un notable cambio en la composición de los centros emisores es el que un total de 107 cursos, casi un 40% del total, provienen de independientes, esto es estudiantes directos ya sea en Cuenca o en España, esto representa un aspecto muy positivo al evitarse con las captaciones directas el pagar comisiones, como en los otros casos, 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 $193 983, 81 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 $188 467,74.

Como debe entenderse, en nuestro negocio los gastos de administración alcanzan a un elevado porcentaje del total de gastos ($ 105 260,09, 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 2008 alcanzan a $5 661,63 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 $3 212,53 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, abril de 2009.

Atentamente,

Dr. Juan Martínez Borrero
Gerente General