

## INFORME GERENCIA IDIOMECC PERIODO ENERO-DICIEMBRE DE 2014

Señores accionistas:

En mi calidad de gerente general, cumulo con presentar a Ustedes mi informe correspondiente al año 2014.

### **1 - La situación general del sector de la capacitación-**

Gracias a cambios regulatorios que iniciaron en 2012 se realizaron cierres de muchos centros educativos de diverso tipo y nivel que no cumplían con estándares mínimos de calidad y control, por lo cual se ha realizado una depuración del mercado lo cual hace permanecer a los centros de enseñanza formales; esto beneficia a empresas como IDIOMECC que se caracteriza por cumplir con todas las normas legales y aseguran su continuidad en el tiempo.

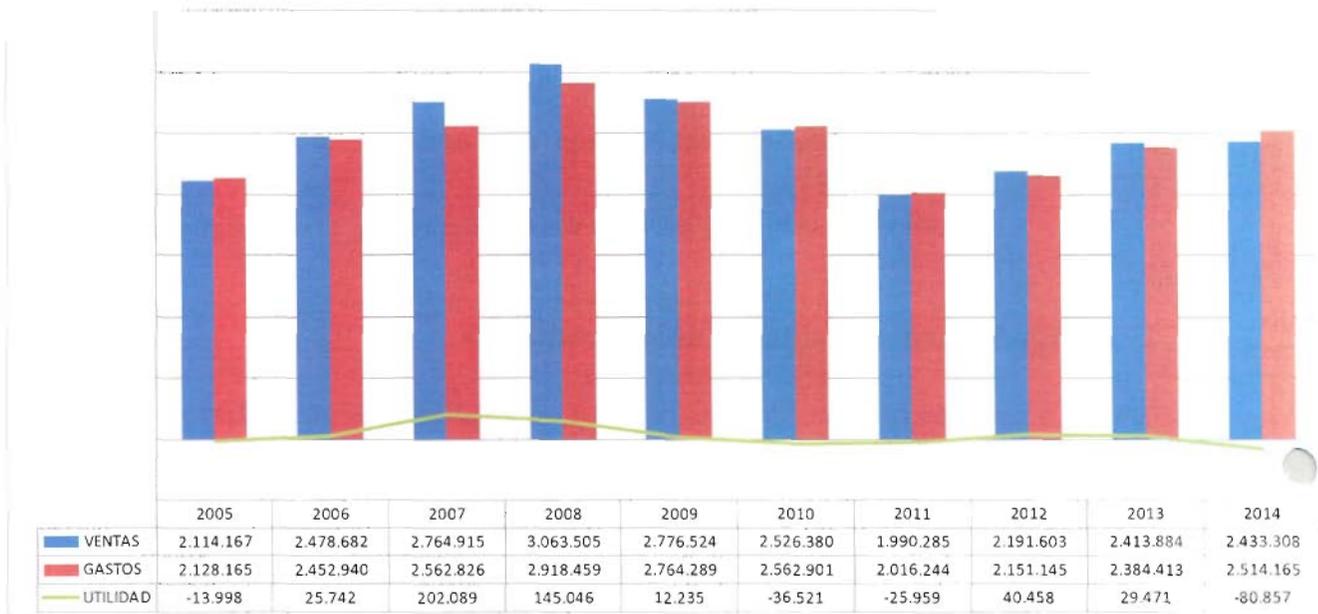
### **2 - La situación de IDIOMECC S.A.-**

Adicionalmente a nuestras ventas tradicionales, tenemos esperanza que el programa de becas para estudios en el exterior otorgadas por el SENESCYT contribuyan a incrementar la demanda por aprender inglés en el 2015, adicionalmente a una fuerte relación de partner con Pearson (actual propietario mundial de Wall Street English) para incursionar en licitaciones del Ministerio de Educación para la enseñanza del idioma inglés.

IDIOMECC S.A. (Wall Street English) mantuvo en 2014 el mismo volumen de ventas que en 2013, principalmente debido a una profunda reestructuración en su área comercial.

En cuanto a la rentabilidad, la misma se vio reducida por el incremento en costos que significó la apertura del centro Portugal, sin que al momento cumpla con su expectativa de ventas.

### Ventas - Gastos - Utilidad 2014



En 2014, el volumen de venta se mantuvo en línea con 2013. Los costos aumentaron un 5,2%, por lo cual la utilidad fue negativa en USD 73.627.-

El resultado negativo en utilidad se explica, principalmente, por:

- Arriendo del nuevo centro Portugal sin que el mismo haya cumplido las expectativas de venta planeadas.
- Aumento costos en material didáctico.
- Aumento de costo "on going fee" a casa central.

### 3- Factores externos -

- Patrón de consumo.- Con el mismo patrón de años anteriores, las familias ecuatorianas siguen con altos niveles de consumo y endeudamiento, principalmente en bienes como vehículos, electrodomésticos y muebles gracias al aumento del ingreso per cápita registrado en la última década y al bajo índice de inflación; eso ha dejado espacio para gastos en capacitación.
- Competencia.- Las exigencias regulatorias presentadas en 2012 tanto del ministerio de educación como de los demás entes de control han ocasionado

que varios competidores semiformales cierren sus negocios. También vale reflejar en detalle nuestras fortalezas con relación a la competencia mediante el siguiente cuadro:

**ANALISIS DE COMPETITIVIDAD FODA**

DESCRIPCION	WSE	EF	FULBRIGHT	BERLITZ	BENEDICT	WSE vs. COMPETIDORES
CALIDAD DE PRODUCTO	F	D	F	D	D	OPORTUNIDAD
CALIDAD DE SERVICIO	F	F	F	D	D	FORTALEZA
FORMA PAGO	D	F	D	D	F	AMENAZA
HORARIOS DE CLASE	F	D	D	D	D	FORTALEZA
INFRAESTRUCTURA	F	D	D	D	D	FORTALEZA
INNOVACION	F	F	D	D	D	OPORTUNIDAD
MARCA	F	F	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
METODOLOGIA	F	D	D	D	D	FORTALEZA
OFERTA DE PRODUCTO	D	F	D	D	F	DEBILIDAD
PRECIO	D	D	D	D	F	AMENAZA
PRUEBA REAL PRODUCTO	F	F	F	D	D	FORTALEZA
SERVICIO	F	F	D	D	D	OPORTUNIDAD
TANGIBILIDAD	D	F	D	F	D	DEBILIDAD
TEACHERS CERTIFICADOS	F	D	F	D	D	OPORTUNIDAD
TECNOLOGIA	F	D	D	D	D	FORTALEZA
UBICACIÓN	F	D	D	D	D	OPORTUNIDAD

Descripcion	Cantidad	%
FORTALEZA	6	40%
OPORTUNIDAD	5	33%
DEBILIDAD	2	13%
AMENAZA	2	13%
	15	100%

Podemos observar que WSE Ecuador presenta, adicionalmente de fortalezas, un 33% de oportunidades de mejorar el negocio en las áreas:

- ✓ Calidad (renovar PC's, Libro Digital)
- ✓ Innovación (Comunicación de ventajas metodológicas y resultados)

- ✓ Servicio (Comunicar más y mejor nuestras ventajas)
  - ✓ Teachers certificados (mantener los actuales y contratar nuevos)
  - ✓ Ubicación de centros (incrementar cantidad de centros en Quito)
- c) Entorno político.- Tal cual lo comentado en 2013, más allá que el Ecuador ha aislado su economía tanto para el comercio exterior como para la inversión extranjera en algún grado, no es menos cierto que la política en materia educativa del Gobierno a través del ministerio de educación y de la Senescyt ha reactivado la necesidad de cientos de ecuatorianos que por no dominar el idioma inglés se están perdiendo de oportunidades académicas y laborales, esto ha sido un factor positivo para revertir la tendencia.

#### 4- Factores internos -

- a) Reestructuración de áreas.- continuando con el plan iniciado en 2013 la empresa atraviesa diversos tipo de reestructuración en diversas áreas, entre ellas, principalmente, el área comercial; con el fin de buscar mayores niveles de eficiencia en el personal de ventas, alinearnos con los parámetros de la internacional, incrementar y organizar las actividades de mercadeo, aumentar niveles de precio, etc.
- b) Fuerza de Ventas.- Desde inicios de Junio se realizaron variedad de cambios, a saber:
- a. Sistema de comisiones y premios para consultores.
  - b. Reducción paulatina de la fuerza de ventas externa.
  - c. Mayor productividad por consultor:
    - Total 2012 = U\$D 5.500.- venta mes x consultor
    - 1º Semestre 2013 = U\$D 5.600.- “
    - 2º Semestre 2013 = U\$D 7.050.- “
    - 1º Semestre 2014 = U\$D 7.247.- “
    - 2º Semestre 2014 = U\$D 8.780.- “
  - d. Distribución en turnos de trabajo en los centros
  - e. Eficiencia en la distribución de leads.
  - f. Redistribución eficiente entre consultores de potenciales renovaciones.

c) Mercadeo.-

a. Renovación de la página web.

b. Rebranding de acuerdo a indicaciones y artes de casa matriz (en proceso).

d) Precio.- Durante el 2014 pudimos realizar diversas acciones que aumentaron nuestro precio por nivel, según detalle:

- Total 2012 = U\$D 250.- precio x nivel
- 1º Semestre 2013 = U\$D 259.- “
- 2º Semestre 2013 = U\$D 281.- “
- 1º Semestre 2014 = U\$D 351.- “
- 2º semestre 2014 = U\$D 357.- “

c) Con respecto a las fuentes generadoras de leads, en el cuadro siguiente podemos apreciar la composición de las mismas:

**FUENTES SOLO CONTRATOS 2014**

Centers Total	Leads	Booking	Show	Closing	R. Closing	Revenue	%
IC	652	542	355	111	31,3%	\$ 137.388	6,4%
WI	2.550	2.451	2.394	491	20,5%	\$ 647.536	29,9%
WEB	6.841	2.413	967	195	20,2%	\$ 246.578	11,4%
RENEWALS	3.229	1.556	904	348	38,5%	\$ 291.432	13,5%
REFERRALS	6.988	2.873	1.234	204	16,5%	\$ 246.404	11,4%
OC	5.440	2.200	1.068	232	21,7%	\$ 217.031	10,0%
OTHER	17.489	5.825	2.173	296	13,6%	\$ 376.119	17,4%
<b>TOTALES</b>	<b>43.189</b>	<b>17.860</b>	<b>9.095</b>	<b>1.877</b>	<b>20,6%</b>	<b>\$ 2.162.489</b>	

La cantidad de leads obtenida a través de las diferentes fuentes y su adecuada gestión y control nos ha permitido la diversificación que redundará en una composición sana de generadores de negocio.

**5- Objetivos planteados para el año 2014 -**

Como hemos anotado a lo largo de este informe, el año 2014 positivo en algunos aspectos, como la reestructuración de fuerza de ventas, pero esta mejora no se ha trasladado a un mayor volumen de facturación.

En vista de las circunstancias difíciles y de cierta incertidumbre, se elaboraron tres escenarios presupuestarios como se detalla a continuación:

ESCENARIO	BUDGET VENTAS (solo cursos)	REAL	% CUMPLIMIENTO
Optimista	\$ 2.700.960	\$ 2.162.489	80,06%
Moderado	\$2.403.854	\$ 2.162.489	89,95%
Pesimista	\$2.139.430	\$ 2.162.489	101,07%

## 6- Resultados financieros y propuesta para el destino de las utilidades –

En vista que el resultado fue negativo no hay nada que resolver.

## 7- Recomendaciones –

- Seguir profundizando en la reestructuración del personal de ventas (Directores y Consultores).
- Mejorar el esquema de salario variable de fuerza de ventas para pagar sobre producción, atrayendo a nuestra empresa personal con perfil activo.
- Mejorar e incrementar acciones de mercadeo.
- Inyección de capital fresco para mantener un equilibrado sistema de pagos a proveedores y nomina.
- Aumentar número de centros IDIOMECC en Quito (sector Norte y Sur).



Ernesto De la Cruz  
Gerente General  
Quito, 19 de Marzo de 2015