ESPAÑOL EN ESPAÑA
fedele.org

Los centros educativos FEDELE, el turismo idiomático y la crisis sanitaria del COVID-19

2021

OBJETIVO DEL PRESENTE INFORME

En el presente informe la Federación de Asociaciones de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España realiza un estudio sobre el impacto provocado por la pandemia de COVID-19 acontecida durante el año 2020 en los centros federados, así como una estimación sobre el volumen de pérdidas en el presente año.

Además, desde la Federación se realiza una reflexión sobre la situación futura a nivel económico, educativo y estructural del sector ELE en nuestro país y en el resto del mundo.

DERECHOS DE AUTOR Y TITULARIDAD DEL INFORME

El presente estudio es propiedad intelectual de la Federación de Asociaciones de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España. No puede ser copiado ni total ni parcialmente sin sus correspondientes menciones al presente informe y sus autores.

ESPAÑOL EN ESPAÑA
fedele.org

ESPAÑOL EN ESPAÑA
fedele.org

Informe FEDELE 2020

ÍNDICE

1. Introducción: **03**

- 1.1 Saludos de la presidencia de FEDELE 03
- 1.2 Objetivos del informe y estructura de los datos 04
- 1.3 Contexto social y económico del informe 05

2. Sondeo para el informe **06**

- 2.1 Perfil del encuestado 06
- 2.2 Metodolodía del estudio 11

3. El turismo idiomático en España en 2020 **14**

- 3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020 14
- 3.2 Competidores en turismo idiomático 26

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020 **29**

- 4.1 FEDELE España, datos agregados 29
- 4.2 FEDELE Barcelona 30
- 4.3 FEDELE Castilla y León 32
- 4.4 FEDELE Comunidad de Madrid 34
- 4.5 FEDELE Comunidad Valenciana 36
- 4.6 FEDELE Español en Andalucía 38
- 4.7 FEDELE Interprovincial 40

5. Otros indicadores: **42**

- 5.1 Empleabilidad de los centros FEDELE 42

6. Reactivación del sector **43**

- 6.1 Plan FEDELE Reactiva 43
- 6.2 Gestión de visados 58

Informe FEDELE 2020

ÍNDICE

7. Perspectivas, retos y objetivos en la nueva era pos-COVID-19 **64**

- 7.1 La impredecibilidad de los acontecimientos 64
- 7.2 Pespectivas sanitarias y económicas de la pandemia para 2021 65
- 7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en 2021 67
- 7.4 Estrategia en el aula ELE y metodología de la enseñanza en la nueva era pos-COVID-19 73
- 7.5 Mercados estratégicos para el sector ELE en España en la era pos-COVID-19 76
- 7.6 Políticas, planes y estrategias públicas para reactivar el sector ELE en nuestro país 79
- 7.7 El papel que juegan las entidades asociativas en la nueva era pos-COVID-19 81
- 7.8 Listado de retos a los que se enfrenta el sector en 2021 82
- 7.9 La nueva era pos-COVID-19 85
- 7.10 Análisis de los desafíos del español como recurso económico durante las últimas dos décadas 87
- 7.11 Las oportunidades de la enseñanza del español como lengua extranjera: coyunturales y estructurales. 89

1. Introducción

1.1 Saludos de la presidencia

El español es la segunda lengua de comunicación internacional y constituye una inmensa riqueza y un recurso económico de primer orden para España. Estudiar español, sea por razones académicas, profesionales o personales, se ha convertido en el objetivo de miles y miles de personas en todo el mundo. En numerosos países el español ya es desde hace años la segunda lengua extranjera en la enseñanza reglada y en muchas empresas e instituciones se valora extraordinariamente el conocimiento del español. La internacionalización de nuestras empresas y la vitalidad de nuestras manifestaciones culturales y deportivas han contribuido a crear una imagen positiva y estimulante de España.

La competencia lingüística debe ir siempre a la par del desarrollo de la competencia sociocultural e intercultural. Por eso, el conocimiento de nuestro país, de nuestra cultura, de nuestra forma de vida y nuestras relaciones sociales, de nuestras manifestaciones artísticas es también un objetivo de primer orden para miles de personas que estudian nuestra lengua y que quieren experimentar España y el español en directo.

Las escuelas FEDELE, repartidas por toda la geografía nacional, representan desde hace muchos años el esfuerzo y el entusiasmo de empresarios, profesores, equipos administrativos, de marketing y financieros por promover el estudio del español, por dar a conocer nuestro buen hacer académico, por crear programas y diseñar currículos, por enseñar con los enfoques más modernos, por acompañar a los estudiantes de español en el descubrimiento de nuestra cultura y de nuestros paisajes. En definitiva, las 102 escuelas FEDELE representan y encarnan la pasión por el español y por la educación en español.

El Instituto Cervantes, con su Sistema de Acreditación, ha contribuido de manera decisiva, desde el año 2000, a la mejora de nuestra actividad académica y a la creación e implementación de estándares de calidad que hacen de nuestras escuelas un ejemplo de calidad y de buen hacer. Trabajamos en estrecha relación con el Instituto Cervantes en la organización y realización de exámenes oficiales DELE, CCSE y SIELE.

Asimismo, contamos con el apoyo y el reconocimiento de Turespaña y con la ayuda, en nuestro trabajo de promoción, de numerosas instituciones y organismos en las diferentes autonomías.

Nuestra ilusión, nuestro compromiso y nuestro objetivo es seguir desarrollando este trabajo de promoción del español en colaboración con las instituciones, para generar un flujo creciente de estudiantes que vengan a España, a nuestras escuelas, para seguir aprendiendo. Serán multiplicadores y actuarán como embajadores de España en sus respectivos países.

Queremos que los medios de comunicación y las instituciones le concedan su merecido lugar al español, como generador de riqueza, de prestigio, de cultura, como recurso económico de primer orden y como medio de comunicación y de entendimiento entre las personas y los países. Como lengua de diálogo y como puente hacia Hispanoamérica.

Begoña Llovet Barquero – Presidenta de la Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera.

1. Introducción

1.2 Objetivos y estructura de datos

El presente informe es desarrollado por la Federación de Asociaciones de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España, FEDELE, en sustitución del informe sectorial que cada año edita la entidad federativa para dar buena cuenta del estado del sector ELE en nuestro país. Este informe que FEDELE ha ido desarrollando en los últimos años, y que en 2020 ha quedado anulado por la situación epidemiológica acaecida en nuestro país, presenta los resultados de cada ejercicio en términos económicos y de volumen de mercado, el número de alumnos, así como su perfil socio-demográfico.

Desde FEDELE, para dar buena cuenta del estado del sector cada año e informar de la difícil situación de los centros federados en el año 2020, pasamos a editar el siguiente informe que tiene como objetivos los siguientes:

- Actualizar y dar información sobre la situación económica del sector ante la parálisis completa que han vivido los centros de enseñanza de español durante el primer semestre de 2020 y la inapreciable reactivación vivida en el segundo.
- Detallar el volumen de pérdidas experimentadas por el sector en el año 2020 que ha provocado el cierre, temporal o permanente, de decenas de centros de enseñanza de español en España.
- Presentar datos sobre el volumen de empleabilidad de los centros federados y los efectos de los 'Expedientes de Regulación Temporal del Empleo' (ERTE).
- Realizar un profundo estudio sobre el sector, los problemas heredados y los retos a los que nos enfrentamos en la nueva era pos-COVID-19, destacando las sinergias, trabajos y pautas que debemos desarrollar en los próximos meses para conseguir una reactivación completa del sector.
- Establecer las líneas estratégicas en las que trabajaremos como institución para apoyar y reconstruir el sector ELE en España y en el mundo, con unos centros de enseñanza más digitales, responsables y éticos.
- Detectar los problemas que se han dado en los centros de enseñanza ante la situación de emergencia social, sanitaria y económica que hemos vivido. Esto nos ayudará a determinar cuáles son los protocolos que debemos seguir en casos similares y las relaciones institucionales que se deben desarrollar para amortiguar nuevas crisis que nos acontezcan en el futuro.

A pesar de que el presente informe intente cuantificar las pérdidas económicas del sector, no podemos olvidar las pérdidas sociales, familiares y profesionales que hemos experimentado en este año y que presentan una situación dramática para el sector ELE en nuestro país. Sirvan estas líneas para mandar un mensaje de gratitud, esperanza y apoyo a todos los profesores, profesionales, directores, alumnos, familias y demás personas que trabajan por la enseñanza del español en nuestro país.

Los datos que se presentan en el siguiente informe han sido recogidos por FEDELE y pertenecen a la institución en su totalidad. En las siguientes líneas presentamos la metodología para su desarrollo, el perfil del encuestado y el contexto social en el que se desarrollan.

1. Introducción

1.3 Contexto social y económico del informe

Los centros educativos federados basan buena parte, si no la totalidad, de su actividad en el turismo idiomático y en los países emisores de alumnos.

El turismo idiomático y la enseñanza del español como lengua extranjera no pueden sustentarse con un mercado nacional, ya que las necesidades de los potenciales clientes (alumnos) se encuentran fuera de nuestras fronteras.

La crisis que azota nuestro país en los últimos meses ha llevado al sector ELE (español como lengua extranjera) a pérdidas millonarias y una caída de la facturación que, en algunos casos, roza el 100%.

Con un sector turístico hundido por las restricciones en nuestras fronteras, sumado a las recomendaciones de países extranjeros de no viajar a España, los centros educativos dependientes del turismo idiomático, así como de las empresas que dependen de ellas y de su cadena de valor, no estiman una pronta recuperación del sector por varios motivos:

- Los viajes para el estudio de un idioma son viajes que se programan con tiempo y que requieren de una seguridad psicológica de que el destino cumple con todas los protocolos de seguridad. Los continuos rebrotes de la pandemia, el cierre de ciudades y las noticias que se proyectan al extranjero, hacen imposible la entrada de alumnos.

- Gran parte de los alumnos que se reciben vienen de grupos organizados por instituciones educativas de los países emisores. En estos momentos, todas las instituciones educativas están extremando su exposición al virus y las cancelaciones son masivas para los próximos meses.

En abril de 2020, y ante la situación crítica que vivía el sector, se creó la Plataforma de Centros ELE afectados por el COVID-19 en España, plataforma a la que se adhirieron todos los centros federados y centros externos de todos los puntos geográficos de nuestro país. Esta plataforma congregó a más de 150 centros y realizó una completa campaña de sensibilización en medios de comunicación y se reunió con una extensa agenda de personalidades públicas y privadas para el mantenimiento del sector.

Desde FEDELE , en colaboración con sus centros federados, hemos desarrollado un completo catálogo de acciones para promover el turismo idiomático enmarcado dentro del **“Plan FEDELE Reactiva”**.

Este plan contempla la realización de más de un centenar de acciones promocionales tanto digitales como físicas en los próximos meses para reactivar la entrada de estudiantes a los centros de español en España, ganar confianza en nuestro país y conseguir mantener el turismo idiomático como una alternativa viable a los productos turísticos tradicionales.

Sin duda, las circunstancias que vive la humanidad en estos momentos marcará un antes y un después en las actividades sociales y, por ende, también en las económicas, formativas y de ocio. Debemos adaptarnos a estas nuevas circunstancias para poder ofrecer las mejores experiencias inmersivas en los próximos años (tal y como veremos en los últimos puntos del presente informe).

2. Sondeo para el informe

2.1 Perfil del encuestado

¿Qué es FEDELE?

FEDELE es la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros y está compuesta por seis asociaciones, que en su totalidad engloban a casi un centenar de Escuelas de Español como lengua extranjera.

El objetivo principal de FEDELE es promover un estatus de calidad en la Enseñanza de Español en España. Todas las escuelas federadas cuentan con el sello de calidad en enseñanza de español (Certificado de acreditación del Instituto Cervantes).

Con el apoyo de nuestras escuelas, nuestras instituciones y colaboradores, las líneas prioritarias en que trabajamos son:

- Formación
- Promoción
- Desarrollo empresarial

Los dos organismos españoles más directamente implicados en la promoción del español en el mundo y en la difusión de la Lengua y Cultura española, TURESPAÑA e INSTITUTO CERVANTES, tienen subscrito desde el año 2004 un convenio de colaboración con FEDELE en el que se contempla una política global de calidad y promoción internacional de los estudios de español.

6 asociaciones, con un total de 95 escuelas de español (noviembre 2020)

ESPAÑOL EN ESPAÑA
fedele.org

2. Sondeo para el informe

2.1 Perfil del encuestado

FEDELE CASTILLA Y LEÓN

N.º de escuelas	16
Responden a la encuesta	10

Academia Berceo	www.berceo.com
Centro Didáctico - DICE	www.dicesalamanca.com/spain/
Colegio Ibérico	www.colegioiberico.com
Colegio Delibes	www.colegiodelibes.es
Colegio de España y ambos mundos, S.L	www.colegioespana.com
don Quijote Salamanca	www.donquijote.org
Hispano Continental	www.hispacon.com
International House Valladolid	www.espaname.es
Salminter - Cursos de español	www.salminter.com
Spanish Courses Unamuno	www.spanishcoursesunamuno.com

FEDELE INTERPROVINCIAL

N.º de escuelas	11
Responden a la encuesta	4

Academia Iria Flavia	www.ifspanish.com
Desilena escuela de español	www.escueladeidiomastenerife.com
FU International Academy Tenerife	www.fu-tenerife.com
Tandem San Sebastián	www.tandemsansebastian.com

2. Sondeo para el informe

2.1 Perfil del encuestado

FEDELE COMUNIDAD VALENCIANA

N.º de escuelas	13
Responden a la encuesta	11

AIP Language Institute	www.aipidiomas.es
Colegio Internacional Alicante	www.colegiointernacionalalicante.com
Costa de Valencia, escuela de español	www.costadevalencia.com
don Quijote Valencia	www.donquijote.org
Españolé International House Valencia	www.espanole.es
Hispania, escuela de español	www.hispania-valencia.com
Intereuropa	www.intereuropa.es
Proyecto Español	www.proyecto-es.com
Taronja School	www.spanish-in-spain.es
TLCdénia	www.tlcdenia.es
Top School in Spanish	www.topschoolinspain.com

FEDELE BARCELONA

N.º de escuelas	10
Responden a la encuesta	5

Barcelona Plus	www.barcelonaplus.es
don Quijote Barcelona	www.donquijote.org
Enforex Barcelona	www.enforex.es
IDEALOG	www.idealog.es
Linguaschools Barcelona	www.linguabarcelona.es

2. Sondeo para el informe

2.1 Perfil del encuestado

ESPAÑOL EN ESPAÑA
Fedele Comunidad de Madrid

FEDELE COMUNIDAD DE MADRID

N.º de escuelas	13
Responden a la encuesta	13

Academia Contacto	www.academiacontacto.com
Academia Paraninfo	www.paraninfo.com
AIL Madrid	www.ailmadrid.com
don Quijote Madrid	www.donquijote.org
Escuela de español VAMOS	www.vamosmadrid.net
Enforex Madrid	www.enforex.es
Estudio Sampere Madrid	www.sampere.com
Eureka. School of Spanish Language	www.eurekamadrid.com
Inhispania	www.inhispania.com
International House Madrid	www.ihmadrid.com
LAE Madrid	www.laemadrid.com
Madrid Plus	www.madridplus.es
TANDEM, Escuela Internacional	www.tandemmadrid.com

2. Sondeo para el informe

2.1 Perfil del encuestado

ASOCIACIÓN DE ESPAÑOL EN ANDALUCÍA

N.º de escuelas	32
Responden a la encuesta	23

Cervantes Escuela Internacional	www.escuelacervantes.org
CLIC IH Sevilla	www.clic.es
Colegio Maravillas	www.maravillas.es
Debla	www.debla.com
Enforex Granada	www.enforex.es
Enforex Málaga	www.enforex.es
Enforex Marbella	www.enforex.es
Enforex Sevilla	www.enforex.es
Escuela Hispalense	www.hispalense.com
Escuela Montalbán	www.escuela-montalban.com
Gadir, Escuela Internacional	www.gadir.net
Giralda Center	www.giraldacenter.com
Instituto Andalusiíde Español	www.instituto-andalusi.com
Instituto Mediterráneo Sol	www.inmsol-granada.es
K2 Cádiz	www.k2internacional.com
Malaca Instituto	www.malacainstituto.com
Málaga plus	www.malagaplus.com
OnSpain	www.onspainschool.com
PROYECTO ESPAÑOL - Granada	www.proyecto-es.com
Spanish in Cádiz	www.spanishincadiz.com
Saint Gabriel Internacional	www.stgabriel.es
Tenidiomas	www.tenspanish.com
Trinity School	www.trinitylanguageschool.com

2. Sondeo para el informe

2.2 Metodología del estudio

Objetivos

Los objetivos fundamentales de este trabajo son mostrar, tomando como referentes los centros federados, la realidad del sector del español como lengua en España durante la crisis sanitaria del COVID-19.

Este sondeo y su correspondiente estudio llevará a tener respuesta a las siguientes preguntas:

- Las variaciones experimentadas por el sector a nivel absoluto y relativo en comparación con años anteriores, como síntoma de la salud del sector.
- El impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 en el sector del turismo idiomático.
- Conocer los agregados estadísticos que nos permitan realizar acciones de marketing y promoción para desarrollar el sector.

Ámbito del estudio

La Federación cuenta en el año 2020 con un total de 95 centros federados de los cuales realizan el sondeo 66.

Los centros federados son aquellos centros que tienen el español como lengua extranjera dentro de su catálogo de servicios, están acreditados por el Instituto Cervantes y han sido aceptados en la Federación. La posesión del sello de acreditación del Instituto Cervantes es condición indispensable para que una escuela pueda ingresar en la correspondiente Asociación Regional y, por lo tanto, ser miembro de FEDELE Español en España.

El Instituto Cervantes solo otorga el reconocimiento de "**Centro Acreditado por el Instituto Cervantes**" a centros dedicados a la enseñanza del español que han suscrito un contrato de acreditación con el Instituto Cervantes, para lo cual han debido obtener un dictamen favorable que acredita el cumplimiento de los criterios técnico-académicos establecidos y de los requisitos legales que se requieren para poder ejercer la actividad en el sector.

Para obtener el dictamen favorable, los centros deben someterse a evaluaciones exhaustivas y periódicas de cumplimiento de los requisitos y condiciones del Sistema de Acreditación de Centros Instituto Cervantes, sobre las distintas áreas de su actividad (actividad académica y calidad docente, instalaciones y equipamiento, organización administrativa e información y publicidad).

El Instituto Cervantes cuenta con un total de 161 centros acreditados por lo que, los federados representan un 59% del total.

2. Sondeo para el informe

2.2 Metodología del estudio

Ámbitos del estudio y fuente

El presente estudio es desarrollado por FEDELE con los datos obtenidos de sus centros federados. No obstante, sabemos de las limitaciones que el presente estudio puede plantear a la hora de extrapolarlo a nivel sectorial. Por ello, establecemos los ámbitos del estudio, la fuente utilizada y los marcos de confiabilidad:

- La encuesta ha sido realizada en todo el territorio nacional teniendo valores similares de respuesta en todas las regiones donde FEDELE está presente.
- Se ha realizado la encuesta a la totalidad de los centros federados, respondiendo el 69,47% de ellos.
- Los datos obtenidos se refieren al plazo comprendido entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020.

Grados de incertidumbre y confiabilidad

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que ha recibido nuestro sondeo para el Informe. Se le llama muestra, muestra representativa o muestra estadística porque solo representa parte del grupo de centros que la Federación representa (población objetivo). Por lo que, para el estudio se tiene:

- **Tamaño de la población**: La totalidad de centros federados.
- **Margen de error**: Porcentaje que nos dice en qué medida se puede esperar que los resultados de la encuesta reflejen los datos de la población general.
- **Nivel de confianza**: Un porcentaje que revela cuánta confianza se puede tener en que la población seleccionará respuestas dentro de un rango determinado.

Para conocer el margen de error y nivel de confianza, se aplica la Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{(z^2(p \cdot q))}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característia deseada (fracaso)

2. Sondeo para el informe

2.2 Metodología del estudio

Tras resolver dicha ecuación con nuestros datos devuelve que, para un tamaño de la muestra de 66 se tiene un nivel de confianza del 99% y un margen de error ligeramente menor al 5%.

Lo que determina que las extrapolaciones al total de los centros federados darán valores bastante cercanos a la realidad.

Grados de incertidumbre y confianza para la totalidad de centros ELE en España

Debido a que no existe un CNAE específico para los centros de idiomas y, más específicamente, para los centros ELE es imposible conocer el número exacto de centros que existen en España. No obstante, como indican las herramientas de búsqueda de centros del Instituto Cervantes cuentan con información de más de 450 centros que ofrecen cursos de español en España.

En el CNAE código 8559 hay un total de 3443 empresas cuyo epígrafe es “Otra educación n.c.o.p.” donde deben inscribirse la mayoría de centros que imparten español como lengua extranjera. Para conocer qué porcentaje de esas empresas son centros de español, se toma una muestra de 100 con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 99%; y se tiene que el total de centros de español estimado es de 655 empresas que imparten español en España.

Para extrapolaciones a la totalidad de centros ELE en España con nuestra muestra, se tiene un margen de error del 10% sumado al margen de error del 5% anterior; y niveles de confianza del 95%.

En resumen, se pueden extrapolar los datos de nuestra encuesta a la estimación total de centros de español en España con un margen de error del 15% y un nivel de confianza del 95%; según la ecuación anteriormente citada.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

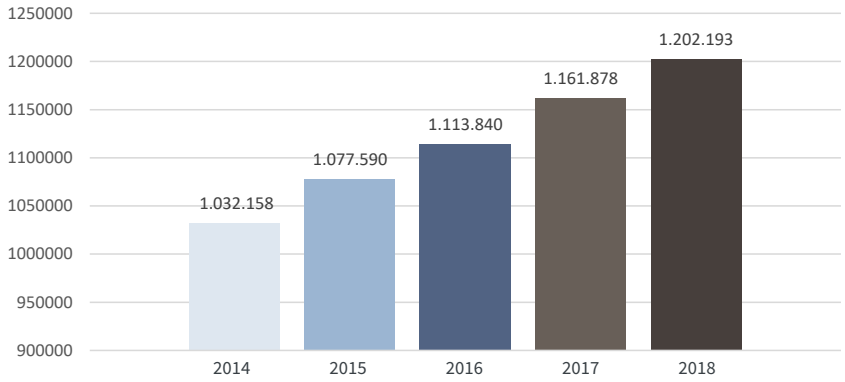
Con el fin de poder mostrar una imagen clara de la situación de la industria ELE en España, se realizará a continuación un estudio del entorno genérico para poder desarrollar las conclusiones pertinentes.

Entorno económico

Si se observa la evolución del Producto Interior Bruto (PIB) en el Gráfico 1, podemos ver cómo la economía española se recupera en los últimos años tras la crisis económica. Dicho crecimiento interanual se muestra en el Cuadro 1 indicando un crecimiento sostenido de la economía en el período comprendido entre 2014 y 2018.

El crecimiento en 2019 sin embargo, fue sensiblemente inferior al estimado. La ralentización del segundo trimestre procedió del estancamiento del consumo privado, y de la inversión en bienes de equipo y activos inmateriales. La inversión en construcción mantuvo un tono moderado.

Gráfico 1. PIB anual en millones de euros.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

Cuadro 1. Crecimiento del PIB español (% anual)

2014	2015	2016	2017	2018
1,40%	3,40%	3,30%	3,00%	2,60%

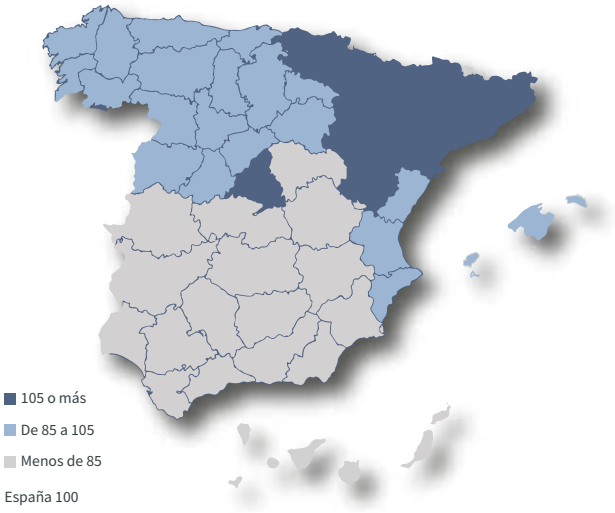
Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

La renta per cápita se reparte entre las comunidades autónomas de forma desigual, existiendo regiones más ricas que otras. Se representa en el Mapa 1 los índices en base a la media nacional, destacando que siete de diecinueve regiones autónomas están por encima del promedio y quince registran incrementos en el volumen de su PIB superiores al de la Unión Europea (UE-28), que es del 2% según indica el informe del **INE España en cifras 2019**.

Mapa 1. PIB per cápita. 2018. Índices.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2019. Elaboración propia.

El saldo de las cuentas corrientes y de capital, según los datos del Banco de España en 2018, registra un saldo positivo de 17,6 mil millones de euros, lo que supone que el país no tiene necesidad de financiación. El saldo entre los ingresos y pagos de la partida de la cuenta corriente "Turismo y viajes" es de superávit de 40,4 mil millones de euros.

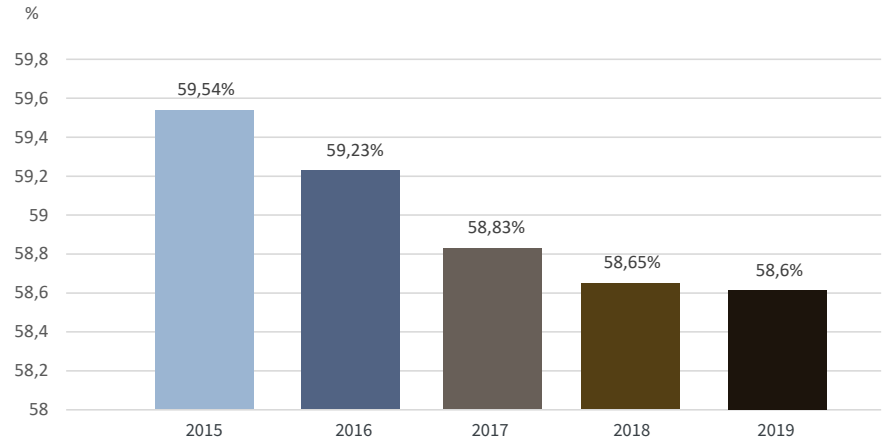
Por otro lado, la tasa de empleo ha disminuido en los últimos años situándose en 2019 en un 58,6%. En el Gráfico 2 se representa dicha evolución. Sobre el número de afiliados a la Seguridad Social, a pesar de las fluctuaciones mensuales, se observa un crecimiento a lo largo de los últimos años en el Gráfico 3.

Por último, en cuanto a los datos macroeconómicos de España, se analiza el número de empresas activas en el año 2019 que sigue creciendo desde los últimos cinco años. La cifra se sitúa en más de 3,3 millones de compañías, y del total de estas, un 56% no tienen asalariados, mientras que un 26,9% tienen sólo uno o dos.

3. El turismo idiomático en España en 2020

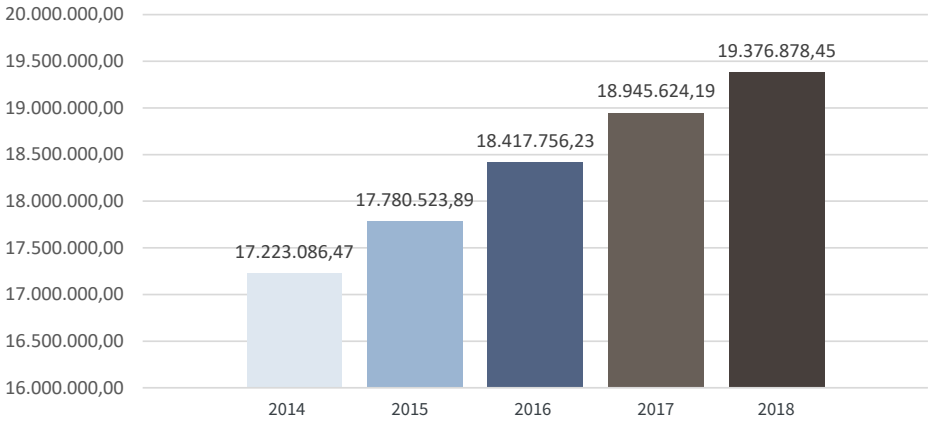
3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Gráfico 2. Tasa de empleo



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Gráfico 3. Afiliación a la Seguridad Social. Cuenta propia y ajena.



Fuente: Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (Datos en noviembre de cada año)

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Entorno político

Después del desafío soberanista catalán de 2017 para independizarse de España, en que los separatistas obtuvieron la mayoría, y la posterior reacción dura del gobierno central, el año 2019 también se caracterizó por la incertidumbre política en España.

Tras la moción de censura presentada en 2018 y la convocatoria de nuevas elecciones en abril y nuevamente en noviembre, a finales de este mismo año el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de Pedro Sánchez y la alianza Unidas Podemos dirigida por Pablo Iglesias llegaron a un acuerdo de coalición.

Según el informe realizado por la consultora IHS Markit, la inquietud sobre el entorno político actual en España también afectó negativamente la confianza de las empresas del sector servicios español. Esto provocó una caída de la confianza en el futuro, además, algunas empresas suspendieron los planes de negocios "hasta que se visualice una mayor claridad en lo que respecta al entorno político".

En el 2020, la situación política ha venido marcada por la aprobación de sucesivos estados de alarma debido a la pandemia por COVID-19. En este aspecto, desde el 14 de marzo hasta el 21 de junio de 2020 estuvo vigente el primer estado de alarma que conllevó el confinamiento domiciliario de la población. Tras esto, el 9 de octubre de 2020 se declaró un nuevo estado de alarma que concluyó el 24 del mismo mes, no obstante, el 25 fue aprobado un nuevo estado de alarma que estará vigente hasta el 9 de mayo de 2021.

Los estados de alarma han provocado una ralentización de las políticas y leyes que estaban previstas para 2020, no obstante, una mayoría parlamentaria suficiente ha conseguido desbloquear los Presupuestos Generales del Estado para 2021, así como proyectos de ley en términos educativos, económicos y sociales.

A pesar de ello, la crispación política sigue patente y los partidos políticos se encuentran en una constante campaña política sin elecciones generales planteadas en el corto plazo.

Entorno demográfico

España cuenta con una población mayoritariamente envejecida, siendo la media de edad nacional de 43,38 años: 42,08 años para los hombres y 44,63 años para las mujeres. En el Cuadro 2 se puede observar la distribución por edad de la población española en 2019. Según el Instituto Nacional de Estadística la esperanza de vida se sitúa en los 83 años, siendo de 80,9 años para los varones y 86,2 años para las mujeres. Las comunidades más envejecidas son las de Galicia, Castilla y León y Asturias, mientras que las que tienen una media de edad más joven son Andalucía, Madrid, Baleares y Murcia.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Cuadro 2. Distribución por edad de la población española (2019)

Grupo de edad	%
0 a 14 años	14,64%
15 a 29 años	15,30%
30 a 44 años	22,04%
45 a 59 años	22,80%
60 a 74 años	15,68%
75 años y más	9,53%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

De las 47.329.891 personas residentes en España, más de cinco millones son extranjeros, lo que supone más del 11% de la población. Gracias al saldo migratorio positivo de 392.921 personas, la población creció en 335.066 personas, se compensa el crecimiento natural negativo producido por los 417.625 fallecimientos y los 359.770 nacimientos.

Según el nivel de estudios de la población adulta, en 2018 un 42,8% de varones y un 37% de mujeres tenían un nivel correspondiente al primer estadio de educación secundaria o inferior. Si se observa un nivel superior de enseñanza, incluyendo doctorados, los porcentajes se sitúan en un 39,8% de mujeres y un 34,6% de hombre. De hecho, si prestamos atención al grupo de edad de 25 a 34 años, algo más de la mitad de las mujeres, un 50,1% de ellas, tiene el nivel superior de estudios. Por tanto, se refleja así que los niveles de formación de la población cada vez son más altos e igualitarios, algo que fomenta el grado de conocimientos de la población, siendo un indicativo de potencial de las generaciones futuras.

Entorno tecnológico

En 2018 la inversión pública y privada en Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) alcanzó casi los 15 millones de euros, siendo el tercer año consecutivo de incremento de dicha partida. La tasa de crecimiento de la inversión en I+D estaría cerca del 6,5%, por encima del 6,1% observado un año antes. A esta evolución en positivo contribuirían tanto el sector público (por segundo año consecutivo) como el privado (por cuarto año consecutivo)

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Ámbito internacional - Entorno económico

Desde 2014 se viene produciendo un aumento en el PIB anual de la zona Euro, como se puede observar en el Cuadro 3. Dicho crecimiento refleja el auge de la economía europea tras la situación de crisis vivida años atrás. En los últimos años también se ha visto incrementada la renta per cápita de la zona Euro.

Cuadro 3. Evolución del PIB anual en la zona Euro

Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2018	11.561.188M.€	1,90%
2017	11.200.924M.€	2,50%
2016	10.816.965M.€	1,90%
2015	10.524.438M.€	2,10%
2014	10.131.359M.€	1,40%

Fuente: Eurostat- Elaboración propia

Cuadro 4. Evolución del PIB per cápita en la zona Euro

Fecha	PIB per cápita	Var. anual PIB per cápita
2018	33.830 €	3,00%
2017	32.850 €	3,30%
2016	31.800 €	2,50%
2015	31.030 €	2,70%
2014	30.230 €	1,80%

Fuente: Eurostat- Elaboración propia

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

La tasa de empleo de la UE en 2019, según datos de Eurostat, era del 68,8% para el total de la población activa, advirtiendo una diferencia entre el 73,9% de empleo entre varones frente al 63,4% de mujeres.

En el segundo trimestre de 2019 la economía creció menos de lo esperado, un 0,2%, aunque en el siguiente periodo incrementó su crecimiento hasta el 0,4% por lo que no se hizo tan significativo esa desaceleración.

Aunque la población de la Unión Europea sólo representa aproximadamente un 7% de la población mundial, sus transacciones con el resto de países representa el 16% del total. En comercio internacional, la Unión Europea es uno de los tres actores principales junto a Estados Unidos y China.

Ámbito internacional - Entorno político

La situación política en la Unión Europea no se encuentra en un momento tranquilo. En los dos últimos año se han afrontado situaciones como las elecciones en mayo de 2019, la gestión de la salida de la UE del Reino Unido o la presencia cada vez mayor en las instituciones de formaciones anti-europeístas que abogan por la disolución del conglomerado de países.

Tras las elecciones al parlamento europeo, una treintena de partidos han accedido por primera vez a la institución, muchos de ellos de ideologías completamente dispares. En cuanto a la salida del Reino Unido de la UE, se han propiciado a lo largo de todo el 2019 diversas prórrogas para definir y aprobar por ambas partes los términos de la separación.

Entre dichos términos se encuentra el pago que ha de realizar Reino Unido a la Unión Europea, el mantenimiento de los derechos de los británicos que viven en otros países de la UE y viceversa. Sin embargo, el punto más conflictivo es el de la frontera y la gestión aduanera entre Reino Unido, Irlanda del Norte y el resto de Europa.

Ámbito internacional - Entorno socio-cultural

La superficie de la Unión Europea es de aproximadamente 4 millones de kilómetros cuadrados, siendo Francia el país con mayor extensión y Malta el de menor. En cuanto a los habitantes, alcanza el número de 513 millones, colocándose en tercera posición a nivel mundial tras China y La India. Desde 2014, la población europea ha crecido del orden de 6 millones de habitantes gracias a un crecimiento natural y la inmigración.

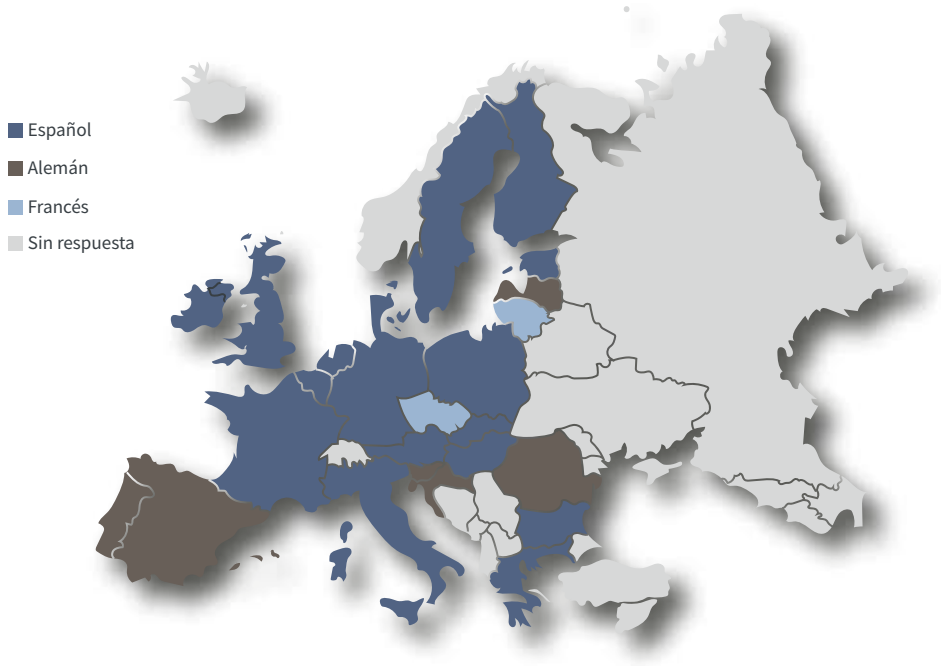
En 2018, el 4,4% de la población habitante en la Unión Europea no eran ciudadanos de la UE. En el año anterior, los estados integrantes de la Comunidad concedieron la nacionalidad a 825.000 ciudadanos.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Según el Eurobarómetro sobre el área de educación europea, el español es el idioma más mencionado por quienes desean aprender un nuevo idioma con un 35%, seguido del alemán (23%) y el francés (20%). Con menos frecuencia se menciona el italiano (17%) y ruso (11%), y menos de una de cada diez personas menciona que quiera aprender inglés como nuevo idioma (7%). En el Mapa 2 se observa la distribución por países de las respuestas de dicho barómetro.

Mapa 2. ¿Qué nueva lengua te gustaría aprender?



Elaboración propia. Fuente: Flash Eurobarometer 466 (2018)
Respuesta más mencionada por países en una muestra aleatoria entre las edades de 15 a 30 años.

En los Países Bajos (59%) y en Irlanda (51%), más de la mitad de los que desean aprender un nuevo idioma mencionan el español como primera opción. Casi un tercio (32%) de los encuestados en Francia desearía mejorar su conocimiento actual de Español, como lo haría un poco más de un quinto (21%) de los encuestados en el Reino Unido.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

Ámbito internacional - Entorno tecnológico

La inversión en I+D+i en la Unión Europea alcanzó, según datos del Eurostat, en 2017 el 2,07% de su PIB. Dicha inversión viene dada principalmente por empresas (66%), seguidas de instituciones de educación superior (22%), el Estado (11%) y organizaciones privadas sin ánimo de lucro (1%).

Por países, los gobiernos europeos que más gastan en I+D+i en relación a su PIB son Suecia (3,33%), Austria (3,16%), Dinamarca (3,06%) y Alemania (3,02%), mientras que los que menos destinan son Rumanía (0,5%), Letonia (0,51%) y Malta (0,55%). En los últimos diez años, 22 países han aumentado su gasto, en particular Austria y Bélgica, cuyo incremento ha sido de un 0,74% respecto a su PIB.

A pesar de la mejora registrada en la UE en una década, su gasto en I+D sigue por debajo del de otras potencias mundiales como Corea del Sur (4,22% de su PIB), Japón (3,28%) y Estados Unidos (2,76%), para las que Eurostat proporciona cifras de 2015. No obstante, se sitúa al mismo nivel que China (2,06% en 2015) y muy por encima del gasto en Rusia (1,1% en 2015) y Turquía (0,96%).

El español en el mundo

Según el informe anual del Instituto Cervantes, el español es la lengua materna de unos 483 millones de personas, superando la cifra de 580 millones si se incluyen a las personas potenciales de ser usuarias del idioma. Ello supone que el 7,6% de la población mundial en 2019 es hispanohablante e implica que el español, por número de hablantes, es la segunda lengua materna del mundo tras el chino mandarín. El español se sitúa en tercera posición en número de hablantes tras el inglés y el chino.

Si se observa el Cuadro 5, se muestra el número de personas hispanohablantes en países donde el español no es la lengua oficial. En estos datos tienen una influencia considerable las razones históricas que explican las comunidades hispanas en Estados Unidos o Brasil, así como los vínculos con países como Marruecos, Filipinas o Argelia.

Cuadro 5. Hispanohablantes en países donde el español no es lengua oficial

País	Grupo Dominio Nativo	Grupo Competencia Limitada
Estados Unidos	41.017.620	15.800.000
Unión Europea (excepto España)	1.400.000	30.975.000
Marruecos	6.586	1.664.823
Canadá	439.110	293.000
Brasil	460.018	96.000
Australia	117.498	374.571
Filipinas	3.325	461.689
Argelia	175.000	48.000
Belice	165.339	36.000
Israel	130.000	45.000

Fuente: El español: una lengua viva. Informe Instituto Cervantes 2019. Elaboración propia.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

En cuanto al número de estudiantes de español en el mundo, se ha estimado en torno a los 22 millones, aunque de esos 21.882.448 estudiantes, el Instituto Cervantes considera que la demanda real del español es un 25% mayor debido a que no hay fuentes de datos suficientes para realizar un recuento pormenorizado. Los diez países con mayor número aproximado de estudiantes de español en el mundo son los que se presentan a continuación en el Cuadro 6:

Cuadro 6. Número aproximado de estudiantes de español en el mundo

País	Estudiantes de español
Estados Unidos	8.081.585
Brasil	6.120.000
UE-28	5.257.790
Francia	2.711.628
Italia	766.455
Costa de Marfil	566.178
Reino Unido	519.660
Alemania	503.086
Benín	412.515
Senegal	205.000

Fuente: El español: una lengua viva. Informe Instituto Cervantes 2019

En base a estos datos, se puede concluir que los estudiantes están concentrados geográficamente en tres zonas, localizando casi el 90% de personas entre Estados Unidos, la Unión Europea y Brasil. El resto de países dentro de esta clasificación pertenecen a la zona del África Subsahariana, lo que señala que más allá de los mencionados anteriormente, el estudio del español es bastante reducido.

Según el autor Kai L. Chan, que ha elaborado un índice de poder vinculado a las lenguas, el español sería el cuarto idioma con más poder en el mundo, tras el inglés, el chino y el francés. Se calcula que el poder de compra de los hispanohablantes en el mundo es del 10% del PIB mundial, lo que da una idea de todo el potencial económico que genera el español como lengua en el mundo.

El español es lengua oficial de la Organización de las Naciones Unidas, junto a otras cinco: inglés, francés, ruso, chino y árabe; además es lengua oficial en la Unión Europea y se prevé que ocupe mayor relevancia tras la salida del Reino Unido.

En cuanto al uso de la lengua en internet, se coloca en tercera posición a nivel mundial con un 8,1% de usuarios usándola; el español se encuentra detrás del inglés y el chino según el Internet World Stats. Mientras que el uso en algunas redes sociales, como por ejemplo Facebook, Twitter, LinkedIn o Wikipedia, coloca al español en una segunda posición.

La lengua española es usada dentro del ámbito científico en un papel secundario si se compara al uso del inglés, a

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

pesar de ello, es el segundo idioma más usado en producciones científicas, especialmente en ciencias sociales, médicas y artísticas. Esto se produce porque principalmente es España el principal país que desarrolla revistas científicas en español, mientras que en los demás países hispanohablantes, a excepción de México siguen usando el inglés como idioma mayoritario.

Los datos de la International Publishers Association (IPA), señalan que España y Argentina son los únicos países de habla hispana entre los quince mayores productores de libros en el mundo. España se encontraría en la octava posición dentro de esta clasificación, manteniendo la misma posición si se analizan las producciones de películas en el mundo. La UNESCO señala los quince principales productores de películas en 2015, destacando India, Estados Unidos y China en primeras posiciones, mientras que, como ya se ha mencionado, España estaría en octavo lugar en esta clasificación

Situación económica de los 5 países que más alumnos emiten

El informe sectorial del pasado año indica cuáles eran los cinco países que más estudiantes emitían a las escuelas federadas en 2019, estos se pueden ver en el Cuadro 7. A continuación, se realiza un breve análisis de situación de las regiones.

Cuadro 7. Estudiantes recibidos por países

País	Estudiantes 2018	Estudiantes 2019
Italia	26.457	26.031
Alemania	16.481	21.486
Francia	14.744	11.475
Reino Unido	9.415	11.015
Estados Unidos	7.859	9.932

Fuente: Informe sectorial FEDELE 2019. Elaboración propia.

Italia es el país, con diferencia, que más estudiantes envía a España para que estudien español, de hecho, un 34% de los encuestados en el Eurobarómetro 466, respondía que era el español el nuevo idioma el que querían aprender. Cuenta con una población de más de 60 millones de personas y en los últimos cuatro años ha venido mostrando un crecimiento en su PIB anual, con tasas de entre el 0,8% y el 1,7%, situando la cifra de 2018 en 1.765.421M.€. El crecimiento del PIB per cápita también ha venido oscilando entre el 1,8% y el 2,6% en los últimos años, mientras que la tasa de desempleo de 2018 se encuentra en un 10,8% . El país se está recuperando de la crisis económica y sigue siendo una de las diez potencias económicas mundiales, aunque su nivel de endeudamiento es muy alto.

El segundo país del que más estudiantes llegan es Alemania, región con más de 83 millones de habitantes y uno de los diez países con mejor economía a escala mundial. Es uno de los países con menor tasa de desempleo del mundo, siendo del 3,3% en 2018. En cuanto a su economía, ha ido creciendo en los últimos años entre un 1,5% y un 2,5% dependiendo del año, y su renta per cápita es de 40.340€, acumulando incrementos en los últimos años. Un 32% de jóvenes alemanes quisiera aprender como nueva lengua el español, datos que se desprenden del Eurobarómetro

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.1 Estudio del entorno y el sector en 2020

realizado en 2018.

Francia ocupa la tercera posición en cuanto al origen de los estudiantes de las escuelas federadas en 2018. Su población es de unas 67 millones de personas, mientras que el interés por aprender español se sitúa entre los jóvenes, en un 26%. Es un país con una economía sólida, destacada a nivel mundial. Su PIB anual se colocaba en 2018 en los 2.353.090M.€, mostrando un crecimiento sostenido a lo largo de los últimos años y la renta per cápita es de 34.980€ igualmente con un ascenso en periodos anteriores. La tasa de paro es del 8,4% y el nivel de endeudamiento es alto.

Otro de los países destacados en la clasificación de estudiantes por región, es el Reino Unido, cuyos jóvenes respondieron que querían aprender como nueva lengua el español en un porcentaje del 34%. Cuenta con una población de más de 66 millones de personas, las cuáles tienen una renta per cápita de 36.410€ y que ha mostrado un decrecimiento en los últimos años. Sin embargo el PIB anual presenta el dato de 2.419.186M.€ y un crecimiento en la última década, su tasa de desempleo es baja, 3,8%, y aunque se le denominaba la capital financiera de Europa, está por ver su posición económica como potencia en el mundo tras su salida de la Unión Europea.

En esta clasificación, el único país que no es europeo es Estados Unidos, región que se coloca como primera potencia económica en el mundo y con mayor número de estudiantes de español. Cuenta con una población de más de 327 millones de personas, un PIB de 17.426.080M.€ con incrementos año a año desde hace una década y un PIB per cápita de 52.333€ que ha venido aumentando en los últimos años también.

Comentarios generales

Cabe destacar la buena proyección que tiene el uso del español en el mundo. El aumento de la población hispanohablante será también determinante en lugares como Estados Unidos, donde además del factor demográfico el aumento de la actividad económica desarrollada en español propiciará su uso. Mencionar, como se ha señalado anteriormente, la oportunidad que ofrece el Brexit para que el español aumente su importancia en la comunicación europea.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.2 Competidores en turismo idiomático

Contexto del turismo en España

España es el segundo país del mundo con mayor número de llegadas de turistas internacionales, solo después de Francia. En 2019 España alcanzó un nuevo récord en cuanto a turistas internacionales, situándose la cifra en 83,7 millones de visitantes, un 1,1% más que en el año anterior (82,8 millones) como indica el Instituto Nacional de Estadística. Esta cifra le sirve para colocarse en una segunda posición a nivel mundial si se observan los ingresos por turismo internacional, como puede verse en el Cuadro 8.

Cuadro 8. Ingresos por turismo internacional. 2018

Miles de millones de dólares EE.UU.

Estados Unidos	214,7
España	81,5
Francia	66,0
Tailandia	56,4
Reino Unido	49,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Reino Unido, Francia y Alemania son los principales países de procedencia de estos turistas. Cabe destacar también los crecimientos anuales de los turistas procedentes de Estados Unidos (12,6%), Rusia (6,9%) e Irlanda (6,0%). Las principales comunidades autónomas de destino son Cataluña, Islas Baleares y Canarias, seguidas de Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid, experimentando esta última el mayor crecimiento anual con respecto a 2018 (7%).

En cuanto a la ocupación hotelera, Islas Baleares y Canarias son las que registran la mayor tasa, les sigue Comunidad Valenciana, Cataluña y Madrid. Con tasas de ocupación de entre el 60% y el 50% se encuentran Andalucía, País Vasco, Cantabria y Murcia.

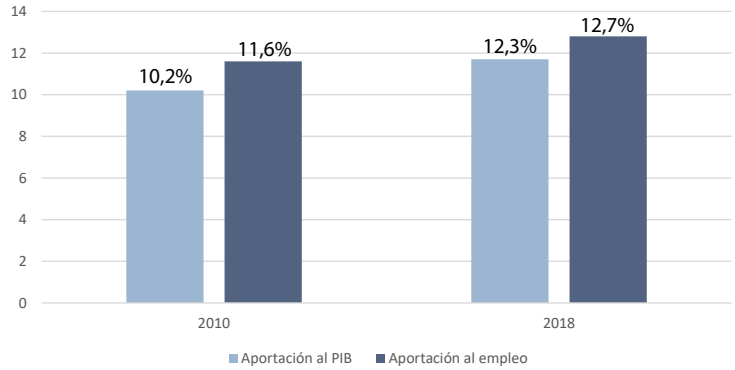
Del total de turistas de 2019, el 87,36% lo hizo con motivos de ocio, recreo y vacaciones, mientras que el 6,43% era por razones de negocios y motivos profesionales, y el resto por otros motivos. El gasto total de dichos turistas superó la cifra de 92.278 millones de euros, creciendo un 2,8% respecto al año anterior. El gasto medio por turista se situaba en los 1.102€, mostrando un incremento en el último año de 1,7 puntos. Sin embargo, es la duración media la que ha mostrado una variación negativa, del 3,9%, en la duración media de las estancias turísticas de extranjeros.

La importancia del PIB turístico supone un 12,3% del total en 2018, un 2,1% más que en 2010 según indica el INE, siendo la aportación de este sector al empleo del 12,7% (con un incremento desde 2010 de un punto con uno) como se puede observar en el Gráfico 4 a continuación.

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.2 Competidores en turismo idiomático

Gráfico 4. Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo (%)



Fuente: INE. España en cifras 2019 y 2020. Elaboración propia.

El turismo idiomático en España

Según la Organización Mundial del Turismo (1991) el turismo idiomático se define como: "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural". Esta modalidad de turismo viene mostrando una mayor importancia en los últimos años. Viene influenciada, como se ha comentado en puntos anteriores, por el creciente interés y necesidad de aprender nuevos idiomas, y por la combinación con otras actividades turísticas y culturales.

El turismo cultural, en el que se incluye el turismo idiomático, es el segundo en importancia (11%) tras el de sol y playa, que representa un 52% del total de los turistas en 2016 según la Encuesta de Gasto Turístico del INE en los últimos años se viene consolidando como producto turístico con muchas posibilidades de crecimiento, siendo el idioma un recurso ilimitado perteneciente a la cultura.

España es el principal país receptor de turistas idiomáticos de español, destacando su clima, oferta cultural, seguridad u oferta de ocio frente a otros competidores. Las comunidades autónomas que más han desarrollado estrategias para el fomento del turismo idiomático han sido Andalucía y Castilla y León, mientras que Cataluña y Comunidad Valenciana están creciendo en este sentido.

El Instituto de Turismo de España, TURESPAÑA, incluye en su Plan Estratégico de Marketing 2018-2020 una línea específica para el desarrollo del turismo idiomático con acciones con agentes especializados y a los estudiantes de español. Algunas de las líneas estratégicas que destacar de dicho documento son las siguientes:

3. El turismo idiomático en España en 2020

3.2 Competidores en turismo idiomático

TURESPAÑA

- Colaboración en Brasil con el Instituto Cervantes para dar a conocer los cursos de español a profesionales del sector.
- Presencia en ferias especializadas de Japón y creación de plataformas digitales para superar las dificultades que se encuentran en la captación de alumnos lingüísticos.
- Aumento de la presencia en ferias especializadas en turismo idiomático y colaboración con universidades de Corea del Sur dada la posibilidad de la apertura de un centro Cervantes en años venideros.

Además, TURESPAÑA en sus campañas de publicidad internacionales incluye la promoción del turismo idiomático con diversificaciones geográficas para adaptarlas al público de cada región. También colabora con distintas instituciones como ICEX, FEDELE o el Ministerio de Educación para fomentar el turismo idiomático. La red de Oficinas Españolas de Turismo llegan a desarrollar al año más de cien actividades de marketing de turismo de idiomas.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.1 FEDELE España, datos agregados

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el año 2019 pasaron por España, aproximadamente, 138.589 estudiantes. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **24.118 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 138.589 estudiantes por una media de 3,42 semanas, nos da un total de 473.974 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 236.987.000 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del **9,93% anual** y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 se esperaba facturar en el sector en torno a 260.519.000 euros.

Debido a la situación el número de estudiantes que han pasado por España en 2020 ha bajado un **82,60%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **17%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **216.230.000 euros**.

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

138.539

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

473.974

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

236.987.000 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

216.230.000 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

17 %

Caída esperada del sector
en 2020

-83%

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.2 FEDELE Barcelona

ESPAÑOL EN ESPAÑA
Fedele Barcelona

FEDELE-Barcelona se fundó con la intención de unir los esfuerzos e intereses de las mejores escuelas del sector, y fomentar la solidaridad y colaboración entre sus asociados.

Cuenta con un total de 10 escuelas en la ciudad de Barcelona que se encuentra dentro de la comunidad autónoma de Cataluña. La región se encuentra en el norte de la costa mediterránea española y es bastante conocida a nivel internacional por su multiculturalidad y monumentos.

www.fedelebarcelona.org

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020). En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por Barcelona es de aproximadamente 15.200 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **2.440 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 15.200 estudiantes por una media de 3,42 semanas, nos da un total de 51.984 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 25.992.000 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 28.573.005 euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por Barcelona en 2020 ha bajado un **83,95%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **16,05%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **23.987.038 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.2 FEDELE Barcelona

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

15.200

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

51.984

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

25.992.000 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

23.987.038 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

16,05%

Brecha esperada del sector
en 2020

-83,95 %

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.3 FEDELE Castilla y León

ESPAÑOL EN ESPAÑA
Fedele Castilla y León

FEDELE-Castilla y León nació en 1996 con diferentes e importantes objetivos que cumplir; entre ellos, la defensa de la imagen y el prestigio de los centros que la forman, la interlocución con diferentes organismos públicos y privados, la promoción de la Lengua y la Cultura españolas y el control de la calidad de los centros que son miembros de ella.

www.fedelecyl.org

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por Castilla y León es de aproximadamente 17.133 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **2.580 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 17.133 estudiantes por una media de 2,7 semanas, nos da un total de 70.200 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 23.129.550 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 25.426.314 euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por Castilla y León en 2020 ha bajado un **84,94%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **15,06 %** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **21.943.314 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.3 FEDELE Castilla y León

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

26.000

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

70.200

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

35.100.000 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

21.943.314 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

15,06 %

Brecha esperada del sector
en 2020

84,94 %

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.4 FEDELE Comunidad de Madrid

ESPAÑOL EN ESPAÑA
Fedele Comunidad de Madrid

FEDELE-Comunidad de Madrid (Asociación Empresarial de Escuelas de Español de Madrid, AEEEM) se fundó en el año 1995 con la intención de unir los esfuerzos e intereses de las mejores escuelas del sector, y fomentar la solidaridad y colaboración entre sus asociados.

Su ámbito territorial se centra en la comunidad autónoma madrileña, donde se encuentra la ciudad capital de España.

www.fedelemadrid.com

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por Comunidad de Madrid es de aproximadamente 17.936 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **3.767 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 17.936 estudiantes por una media de 3,42 semanas, nos da un total de 61.341 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 30.670.560 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 33.716.147 euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por Comunidad de Madrid en 2020 ha bajado un **79%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **21%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **26.635.756 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.4 FEDELE Comunidad de Madrid

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

17.936

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

61.341

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

30.670.560 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

26.635.756 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

21%

Brecha esperada del sector
en 2020

-79 %

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.5 FEDELE Comunidad Valenciana

ESPAÑOL EN ESPAÑA
Fedele Comunidad Valenciana

FEDELE-Comunidad Valenciana fue creada en el año 2002 con el objetivo de aunar las principales escuelas de español de la Comunidad Valenciana para alcanzar unos estándares de calidad en nuestros servicios.

La asociación se encuentra en la costa mediterránea en el levante español. Cuenta con tres provincias: Castellón, Valencia y Alicante.

www.fedelecv.org

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por Comunidad Valenciana es de aproximadamente 28.112 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **6.482 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 28.112 estudiantes por una media de 3,42 semanas, nos da un total de 96.143 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 48.071.520 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 52.845.000 euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por Comunidad Valenciana en 2020 ha bajado un **76,94%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **23,06%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **40.658.960 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.5 FEDELE Comunidad Valenciana

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

28.112

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

96.143

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

48.071.500 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

40.658.943€

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

23,06%

Brecha esperada del sector
en 2020

-76,94%

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.6 FEDELE Español en Andalucía

La Asociación de Escuelas de Español para Extranjeros de Andalucía, representa a acreditadas Escuelas Privadas de Español para Extranjeros que ofrecen una variada gama de Cursos de Español en los lugares más atractivos de Andalucía. Las escuelas de EEA están situadas en las provincias de Sevilla, Granada, Málaga y Cádiz, de forma que el estudiante puede elegir entre la costa, las ciudades monumentales, los más bellos pueblos andaluces o combinar más de una de las opciones anteriores.

www.aeea.org

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por Andalucía es de aproximadamente 51.567 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **7.750 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 51.567 estudiantes por una media de 2,7 semanas, nos da un total de 176.359 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 88.179.570 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 96.935.801 Euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por Andalucía en 2020 ha bajado un **84,97%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **15,03%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **82.366.350 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.6 FEDELE Español en Andalucía

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

51.567

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

176.359

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

88.179.570 €

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

82.366.350 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

15,03 %

Brecha esperada del sector
en 2020

-84,97 %

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.7 FEDELE Interprovincial

FEDELE-Interprovincial se constituye en el año 2004 por el interés suscitado por diferentes escuelas de Español para Extranjeros de todo el territorio Nacional Español para proteger la imagen y el prestigio del mismo. Se localiza en A Coruña, Guipúzcoa, Ibiza, Mallorca, Navarra, Toledo y Tenerife.

www.fedeleinterprovincial.org

Los datos reflejados a continuación se basan en las cifras de 2019 reflejadas en el informe sectorial de FEDELE y en los datos recogidos de las escuelas federadas referentes a 2020 (datos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2020).

En el último año, el número de estudiantes de español para extranjeros que ha pasado por FEDELE Interprovincial (que engloba A Coruña, Guipúzcoa, Ibiza, Navarra, Palma de Mallorca, Toledo y Santa Cruz de Tenerife) es de aproximadamente 8.641 estudiantes al año. En 2020 debido a la situación sufrida a causa del COVID-19, esta cifra ha bajado hasta los **1.100 estudiantes**.

Partiendo de la misma cifra de facturación de 2019, con 8.641 estudiantes por una media de 3,42 semanas, nos da un total de 29.552 semanas facturadas. La media de facturación por alumno y semana es de 500 euros (incluye el curso, alojamiento, manutención, programación de actividades y traslados internos, en España).

Esto nos daría una facturación aproximada en 2019 de 14.776.000 euros. Estas cifras **no** incluyen los vuelos.

El incremento de los últimos años en España ha sido de alrededor del 9,93% anual y las previsiones para 2020 iban en este sentido. Para este año 2020 por tanto se esperaba facturar en el sector en torno a 16.243.257 euros.

Debido a la situación, el número de estudiantes que han pasado por FEDELE Interprovincial en 2020 ha bajado un **87,27%** con respecto a los datos de 2019. Lo que supone que la facturación desde el día 1 de enero al 30 de septiembre, se calcula en torno al **12,73%** del total del año.

Por tanto, las pérdidas previstas en facturación para 2020 debido al COVID-19 están en torno a **14.175.490 euros**.

4. Indicadores de mercado FEDELE 2020

4.7 FEDELE Interprovincial

Datos infográficos:

Indicadores del mercado - 2019

Crecimiento de estudiantes
2018-2019

9,93%

Número de estudiantes
en los centros federados. 2019

8.641

Número de semanas
de la totalidad de estudiantes. 2019

29.552

Facturación aproximada
en los centros federados. 2019

14.776.000€

Impacto de la crisis del COVID-19

Pérdidas del sector
en 2020

14.175.490 €

Porcentaje de actividad
del 2020 respecto al 2019

12,73%

Brecha esperada del sector
en 2020

-87,27%

5. Otros indicadores

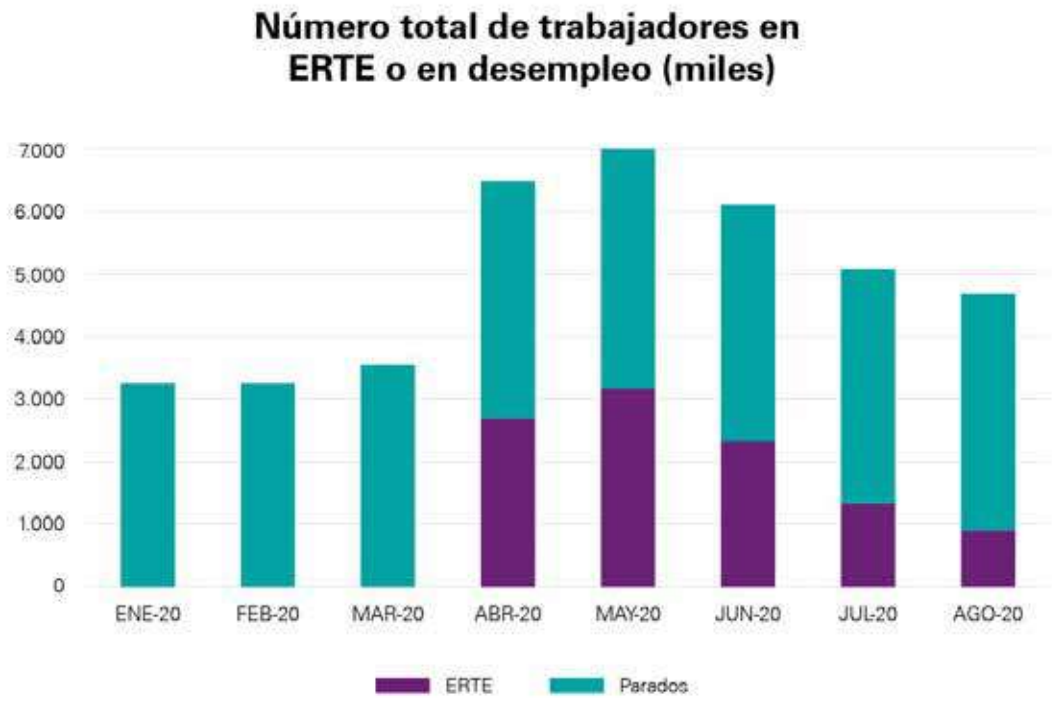
5.1 Empleabilidad de los centros FEDELE

Los Expedientes de Regulación de Empleo Temporal (ERTEs), por causa de fuerza mayor, han sido una de las medidas tomadas en España frente a la situación sufrida por el COVID-19.

El 11 de marzo de 2020, tres días antes de que se decretase el estado de alarma, apenas había 5.000 trabajadores en situación de ERTE. El 30 de abril, esa cifra alcanzaba los 3,39 millones, incluyendo trabajadores en ERTE total o parcial.

Teniendo en cuenta los datos aportados por los centros federados a fecha del 30 de septiembre de 2020, el 93,2% de los centros se han visto obligados a realizar un ERTE por causa del impacto económico ocasionado por el COVID-19 en sus centros.

Entre el 12 de marzo y el 31 de mayo, la Seguridad Social perdió 760.000 afiliados por la pandemia del coronavirus. Entre febrero y mayo las mayores pérdidas absolutas de afiliación se concentraron en restauración, educación y actividades relacionadas con el empleo.



6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

PLAN FEDELE REACTIVA

El **Plan FEDELE Reactiva** nace para volver a poner en marcha el sector ELE en España, con entrada de estudiantes, extensión de las relaciones internacionales y la consolidación de 'Español en España' como marca.

Tras la paralización de los centros de enseñanza de español en España provocada por la crisis sanitaria del COVID-19, desde la Federación española de escuelas de español como lengua extranjera nos disponemos a crear un nuevo plan para reactivar nuestras estrategias de marketing y fomentar la entrada de alumnos a nuestros centros.

Este plan, que hemos denominado Plan FEDELE Reactiva, contempla una serie de actividades, acciones y relaciones institucionales centradas en tres grupos de públicos objetivos:

Alumnos y Familias	Agencias y Centros Internacionales	Instituciones
La entrada de alumnos a nuestros centros y la reactivación comercial es prioridad de este plan.	Promover la creación de redes internacionales de la Federación que conlleven entrada de alumnos y relaciones a largo plazo.	Promover su posicionamiento entre las instituciones del sector idiomático y turístico.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

1 LÍNEA ACTUACIÓN

Activación de las redes internacionales de agencias y escuelas

Agencias y Centros Internacionales

En esta línea de actuación se establecieron diferentes acciones para crear las relaciones internacionales que activen por completo el Sistema de Agencias FEDELE y el Sistema de Centros Internacionales FEDELE.

Estos sistemas cuentan con un completo proceso de actuación y con protocolos de acceso.

El **Sistema de Centros Internacionales** es una red de colaboración que nace de FEDELE cuyo objetivo principal es conectar las escuelas de la Federación de escuelas de español de España y los centros internacionales estableciendo una política de actuación general internacional ante los diferentes retos a los que se enfrenta el estudio de la lengua y la cultura española, siempre bajo una misma finalidad común: ofrecer una experiencia de inmersión lingüística y cultural de calidad a estudiantes de todo el mundo.

En noviembre de 2020 dimos la bienvenida a nuestro primer centro en la India: Hispanic Horizons. En el mes de diciembre se contempla la entrada de dos centros más en Marruecos e Inglaterra.

- Para más información consultar: Sistema de centros internacionales - Español en España (fedele.org)

El **Sistema de Agencias** es una red de colaboración que nace de FEDELE cuyo objetivo principal es conectar las escuelas de la Federación de escuelas de español de España y agentes internacionales estableciendo una política de actuación general internacional ante los diferentes retos a los que se enfrenta el estudio de la lengua y la cultura española, siempre bajo una misma finalidad común: ofrecer una experiencia de inmersión lingüística y cultural de calidad a estudiantes de todo el mundo.

En enero de 2021 se contempla la entrada de 4 agencias localizadas en Japón, Suiza, Italia y España que actualmente se encuentran en proceso de reconocimiento.

- Para más información consultar: Sistema de agencias internacionales - Español en España (fedele.org)

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Nuevo dosier comercial FEDELE 2020-2021

Para fomentar que las agencias y centros internacionales tengan acceso a la información más actualizada de los centros federados, se ha creado un nuevo dosier comercial con espacios exclusivos: cada escuela contará con una página completa personalizada con fotografías y un espacio promocional de libre uso.

Para más información consultar: Enlace descarga de dosier comercial de escuelas FEDELE

Material promocional para las asociaciones federadas

Para proveer a las asociaciones de material propio a la hora de realizar sus propias campañas comerciales e internacionales, se ha creado el material suficiente para que todas las asociaciones cuenten con un material mínimo de promoción. Para ello, adaptaremos el dosier comercial FEDELE a cada territorio/asociación, con alusión a sus ciudades y sus centros y la creación de sus respectivas páginas web.

- www.aeea.org
- www.fedelebarcelona.org
- www.fedelemadrid.com
- www.fedeleinterprovincial.org
- www.fedelecyl.org
- www.fedelecv.org

Plataforma de información a agentes y centros internacionales

Para promover que los agentes y centros internacionales tengan la suficiente información sobre nuestros servicios, calidad y, sobre todo, la formación pertinente del español en España; se ha realizado un área privada en nuestra web de fedele.org al que los agentes pueden acceder a través de usuario y contraseña y donde podrán encontrar novedades, así como toda la formación pertinente en el uso y comercialización de nuestra marca y servicios.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Publicidad en revistas sectoriales

Para promocionar nuestros centros y sus cursos entre los agentes internacionales se han realizado publicaciones en revistas sectoriales y ofreciendo datos actualizados de nuestras escuelas y nuestro sector.

Para más información consultar [Último acceso 15/01/21]: StudyTravel Magazine August/September 2020 Issue (studytravel-magazine-pdfs.azurewebsites.net)

Colaboración local con agentes y centros internacionales

Tal y como estaba previsto en el sistema de agencias y centros internacionales, se han desarrollado actuaciones de comunicación local junto con las agencias y centros internacionales y los centros FEDELE creando una estrategia cruzada con la campaña 'Enjoy & Learn Spanish' ofreciendo más de 50 infografías para su promoción.

Automatización y mejora de procesos

Desde septiembre se ha establecido un sistema de automatización de correos electrónicos para todos los centros y profesores de centros internacionales que accedan a los sistemas internacionales. De forma periódica y regular, van recibiendo toda la información pertinente de nuestra federación.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Plataformas digitales para colaboración y publicación de artículos

Desde la Federación se ha desarrollado relaciones con diferentes entidades, periódicos y medios internacionales para la publicación de artículos o proyectos de colaboración conjunta, de forma que podamos acceder a espacios digitales de entidades vinculadas con agentes y centros internacionales.

Como nuestra participación en ICEF 2020:

ICEF
Connect. Recruit. Grow.

Del 2 al 4 de noviembre, FEDELE participó en el evento ICEF Virtual Berlín 2020, del cual formaron parte más de **1500 profesionales de 123 países**: representantes de instituciones educativas, agentes internacionales, proveedores de servicios, etc.

Desde FEDELE se dio una ponencia para dar a conocer España como destino ELE e información de nuestras actividades y acciones de formación. Así mismo, FEDELE se reunió con una **docena de agentes internacionales** de todo el mundo y aprovechó dichas citas online para dar promoción y difusión de las escuelas federadas. Estas citas fueron elegidas en base a los datos del informe sectorial de 2019, y así seleccionar países cuyo interés es el español en España para, en un futuro llegar a acuerdos de colaboración con esas agencias. FEDELE se reunió con agentes de **Egipto, Líbano, Jordania, Letonia, Suecia, Alemania, Rusia, Francia, Brasil y Serbia**.

Material didáctico ELE sobre España

En el mes de septiembre se desarrolló con nuestros centros la creación de material didáctico ELE sobre España en cada nivel para que pueda ser utilizado con alumnos y nazca el interés por el estudio del español en nuestro país. Además, este material será utilizado en un futuro en aquellos centros o eventos a los que acuda FEDELE en representación de las escuelas. El desarrollo del material estuvo abierto a concurso para todos los centros y finalmente su desarrollo fue concedido al centro Academia La Pagoda de FEDELE Comunidad Valenciana: Academia La Pagoda - Español en España (fedele.org).

ESPAÑOL EN ESPAÑA
fedele.org

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

2 LÍNEA ACTUACIÓN

Comunicación a través de instituciones y el Instituto Cervantes

FEDELE en los meses de confinamiento fomentó sus relaciones nacionales con entidades públicas y privadas, que posteriormente han dado lugar al desarrollo y realización de campañas de comunicación en conjunto con ellas.

Estas acciones, además, incentivaron la consolidación de las relaciones institucionales con la Federación con nuestra vista puesta en el desarrollo del Plan Estratégico del Turismo Idiomático 2021-2026 que sentará las bases del sector en el largo plazo y que debe contar con la colaboración de todos los agentes que forman parte del sector ELE en nuestro país.

La creación de la Plataforma de Centros ELE afectados por el COVID-19 para reivindicar apoyo y ayuda de las instituciones públicas ante un colapso total del sector dio como resultado que más de una treinta de centros de enseñanza de español como lengua extranjera en España no pertenecientes a FEDELE se uniesen fomentando el posicionamiento de la plataforma en todo el país.

Plataforma de centros ELE
afectados por el Covid-19 en España

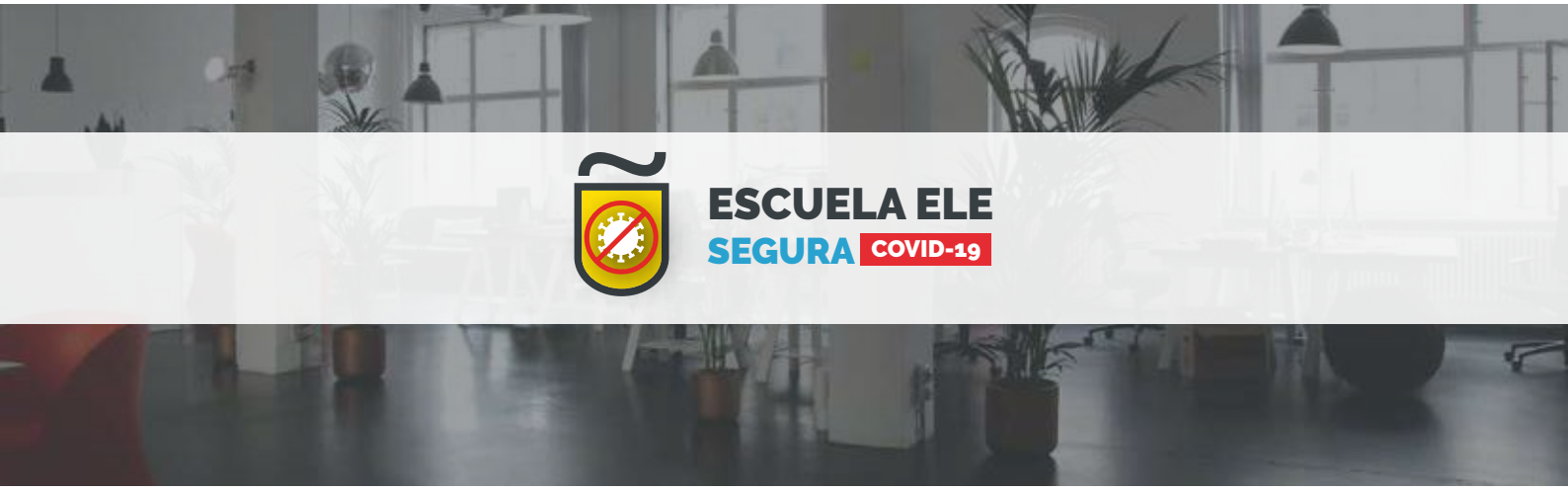
Para más información consultar: Plataforma de centros afectados por el Covid-19 - Español en España (fedele.org)

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Así como la creación del Certificado Escuela ELE Segura ante el COVID-19 donde 63 escuelas pertenecientes a la Federación han obtenido dicho sello basado en un completo sistema de reconocimiento con pautas, recomendaciones y protocolos a seguir para conseguir una escuela segura y libre de contagios ante la presente situación epidemiológica provocado por el COVID-19.

Aportando a sus alumnos y trabajadores acudir a la escuela con la seguridad de que cuentan con unos planes de contingencia y protocolos específicos para disminuir en lo máximo posible el riesgo de infección dentro del centro.



Para más información consultar: Sistema de Reconocimiento - Escuela ELE Segura ante el COVID-19 - Español en España (fedele.org).

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Colaboración con el Instituto Cervantes

Desde 2013 existe un convenio marco de colaboración entre FEDELE y el Instituto Cervantes cuyo fin es la promoción y difusión universal de la lengua española, donde se reconoce a FEDELE la representatividad empresarial en el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera dada su implantación territorial.

Entre otras muchas colaboraciones se destacan las acciones dirigidas a: la formación de profesores, a la mejora de la caldidad de los centros docentes, la oferta de cursos en España y la promoción de los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) y la prueba de conocimientos constitucionales y socioculturales de España (prueba CCSE).

Instituto Cervantes

Este 2020 se han establecido nuevas áreas de cooperación entre ambas instituciones dando como resultado el Proyecto Instituto Cervantes – FEDELE.

Desde FEDELE, en representación de sus 95 centros federados y acreditados, se presentó a la sede del Instituto Cervantes un plan de acciones, mejoras y campañas de comunicación para optimizar la divulgación del español en España, promover el estudio del español como lengua extranjera en centros acreditados y potenciar las inmersiones lingüísticas de los alumnos de las sedes del Instituto Cervantes en el mundo, con un espíritu de unión y ayuda en estos momentos de incertidumbre sanitaria y económica.

Gracias al apoyo de su director D. Luis García Montero y la Secretaria General Carmen Noguero se ratifica su apoyo en estas acciones a través de una carta el día 3 de noviembre de 2020 y se comienza a trabajar en estos planes de acción.

Acciones conjuntas al Instituto Cervantes:

- Mejora de la visibilidad en web de los centros acreditados, el español en España y el producto de inmersión lingüística; y mayor cobertura promocional de los centros acreditados y del producto de inmersión lingüística.
- Apertura de la participación en las ferias internacionales organizadas por el Instituto Cervantes y la promoción por canales internos la Semana Digital del Español en España y el juego ‘Las aventuras del español en España’.
- Participación activa en la Semana Digital del Español en España.

Acciones conjuntas a las sedes internacionales:

- Colocación de banners interactivos en las páginas webs de cada sede con el producto idiomático.
- Participación y uso del juego ‘Las aventuras del español en España’ en el aula ELE, en la experiencia scape room diseñada con motivo del Día E del Instituto Cervantes y en la Semana Digital del Español en España.
- Misiones comerciaes europeas: Francia, Polonia e Italia; y digitales: una hora de conexión en cada continente.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Colaboración con el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)

Desde 2008, FEDELE colabora con TURESPAÑA, organismo público, adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo, responsable del marketing de España como destino de viajes en el mundo, en la promoción del turismo idiomático en España, contribuyendo a potenciar la promoción y difusión de la enseñanza del español como lengua extranjera, entendiendo esta actividad educativa como recurso turístico destacado.

TURESPAÑA

Entre otras colaboraciones destacan:

- Difundir la existencia en España de una oferta académica cualitativa y cuantitativa.
- Promover y difundir la realización de programas de formación y de actualización de conocimientos del profesorado especializado en la enseñanza del español como lengua extranjera.
- Promover la realización de actividades de promoción y apoyo a la comercialización del turismo idiomático.
- Mejorar y ampliar la atención a las necesidades y demandas específicas de los estudiantes de español como lengua extranjera en España.

Desde FEDELE, en representación de sus centros federados y acreditados, se presentó al Departamento de Marketing de turismo de negocios en Turespaña una serie de acciones para colaborar en 2020-2021 en la promoción del turismo idiomático. Una serie de acciones que proyectarán el español en España en todo el mundo a través de experiencias interactivas, concursos, becas y misiones comerciales digitales.

Además, cabe destacar el apoyo que Turespaña realizó a la I Semana Digital del Español, celebrada del 23 al 27 de noviembre de 2020, que consiguió reunir a miles de personas en torno al aprendizaje del español con diferentes actividades de debate, promoción, metodologías y mesas redondas.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Colaboración con el portal Study in Spain

El portal Study in Spain es el compromiso por desarrollar una estrategia para concentrar en un mismo portal web todas las ofertas del estudio del español en España y que verá la luz antes de que acabe el año 2021 con un convenio de colaboración entre SEPIE, ICEX y Turespaña y que contará con la colaboración de FEDELE.

Para más información consultar: http://www.studyinspain.info/

Por ultimo y más importante el apoyo por parte de la Secretaría de Estado de Turismo con una carta de apoyo y promoción internacional del turismo idiomático.

La carta de apoyo recibida el 10 de noviembre firmada por la Secretaría de Estado de Turismo en nombre de Fernando Valdés Verelst - Secretario de Estado de Turismo, donde se considera imprescindible el apoyo y la promoción internacional del turismo idiomático, y en particular, los centros acreditados por el Instituto Cervantes para la enseñanza del español como lengua extranjera, en tanto que producto turístico de alto valor añadido, que ayuda a desestacionalizar la demanda turística y que permite a muchas regiones ofrecer actividades y servicios complementarios a las inmersiones lingüísticas, es sin duda uno de los grandes pasos alcanzados por las escuelas de español este 2020.

Colaboración con la Mesa del Turismo de España

La razón de ser de la Mesa del Turismo es contribuir al reconocimiento socio-económico del turismo, aportando una eficaz y positiva acción de influencia en favor de esta actividad. En consecuencia, la Mesa se marca como objetivos concretos colaborar con las actividades y los esfuerzos, públicos y privados.

Desde el mes de septiembre de 2020 la Federación forma parte de la Mesa del Turismo, entidad que agrupa a más de 60 miembros entre los que se encuentran profesionales y empresarios del turismo de gran prestigio. Desde la Mesa del Turismo se apuesta por potenciar esta estrategia de calidad y renovación para consolidar el liderazgo del sector turístico español. En pro de ello se mantiene una permanente relación con las Administraciones Públicas –estatales, autonómicas y municipales- para analizar los asuntos que se le plantean a la actividad turística en nuestro país y ofrecer soluciones a los mismo.

El pasado mes de octubre, la Mesa de Turismo mostró su apoyo al Turismo idiomático mediante una carta que remarcaba la labor de las escuelas de español, entendiendo esta actividad educativa como recurso turístico destacado.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Colaboración con el ICEX, España Exportación e Inversiones

ICEX España Exportación e Inversiones "es una entidad pública empresarial cuyo fin principal es la promoción de la internacionalización de la economía y de la empresa española y la mejora de su competitividad, así como la atracción y la promoción de las inversiones extranjeras en España".

Desde 2018, FEDELE es reconocido por ICEX como Entidad Colaboradora de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P,

Existe una gran colaboración y apoyo por parte del Departamento Tecnología Industrial y Servicios Profesionales de ICEX en el apoyo del turismo idiomático y la visión del español como principal promotor de la internacionalización de la economía y de la empresa española y la mejora de su competitividad, así como la atracción y la promoción de las inversiones extranjeras en España.

Esta colaboración se ha mostrado patente en tantas colaboraciones realizadas entre FEDELE e ICEX en los últimos años. Una de las últimas acciones que se realizaron en colaboración fue la participación de esta entidad en la I Semana Digital del Español.

Esta institución ofrece a las empresas nacionales una serie de servicios fundamentales para la internacionalización como:

- Asesoramiento financiero
- Ventana global
- ICEX Next
- Estudios de mercado
- Simulador de costes de establecimiento
- Participación en ferias internacionales
- Mercados electrónicos
- Servicios personalizados

Otra dimensión básica de las funciones del ICEX es el de la formación y capacitación empresarial, con el desarrollo de los siguientes programas:

- Agenda de capacitación
- Seminarios
- ICEX Conecta
- Aula virtual
- Becas
- ICEX-CECO
- Pasaporte al exterior

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

3 LÍNEA ACTUACIÓN

Campaña de choque para la reactivación y entrada de alumnos en centros federados

En la presente línea de actuación se colocan tres grandes campañas de comunicación que se han llevado a cabo o se encuentran en pleno proceso de realización para contrarrestar los efectos provocados por la crisis sanitaria que estamos viviendo desde los primeros meses de 2020. Una apuesta de trabajo e inversión que realiza la Federación con el objetivo de rescatar los niveles de alumnos previos al Estado de Alarma y volver a la senda del crecimiento que venían experimentando los centros federados y, por consiguiente, la Federación en su conjunto.

Esta línea se centra en tres grandes campañas:

I Semana Digital del Español 2020

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

La Semana Digital del Español se organizó del **23 al 27 de noviembre por FEDELE**, la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera, y sus centros; se realizaron cinco días de formaciones, aprendizaje y debate en torno al ELE.

Este evento está pensado para que instituciones, organizaciones, alumnos, profesores y profesionales ELE de todo el mundo se den cita de forma digital y en abierto, sin coste y sin necesidad de inscripciones.

El evento tuvo una gran acogida en el mundo ELE desde el 1 de octubre hasta el 27 de noviembre de 2020, la página web de fedele.org fue visitada por **20.000 usuarios**, las sesiones de la web alcanzaron las **30.000**.

En cuanto a los canales de tráfico por los cuales se obtienen usuarios que visitaron la web, cabe destacar el de búsqueda orgánica en buscadores, con su máximo el día 25 de noviembre con 404, y el canal de redes sociales con el máximo en 886 el lunes 23 de noviembre. Importante la obtención de usuarios a través de redes sociales, propiciada por las publicaciones de la Semana Digital y la promoción de las instituciones.

El principal país desde el que se visita la página web es España con un 30,07% de las sesiones, seguido de **Brasil** (8,60%), **Estados Unidos** (5,80%), **Argelia** (5,55%), **Italia** (5,50%) y **China** (3,98%).

La sección en la web para la descarga de la guía de participación recibió más de **22.563 visualizaciones** y un total de 1.307 profesionales ELE para su participación en las sesiones de formación:

- **955 contactos** para las jornadas de Didáctica ELE.
- **352 profesionales** para las de Liderazgo y marketing.

Las impresiones alcanzadas en las redes sociales de FEDELE llegaron a **2.869.857 impresiones** entre Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. Si consideramos las publicaciones realizadas por nuestro más de un centenar de instituciones colaboradoras en la promoción estimamos que el alcance fue entorno a los **3.5 millones**.

El alcance de las publicaciones del perfil de la Federación en Instagram sólo en el mes de noviembre fue de 48.500 usuarios alcanzados. Además, en las emisiones se tuvieron los siguientes datos.

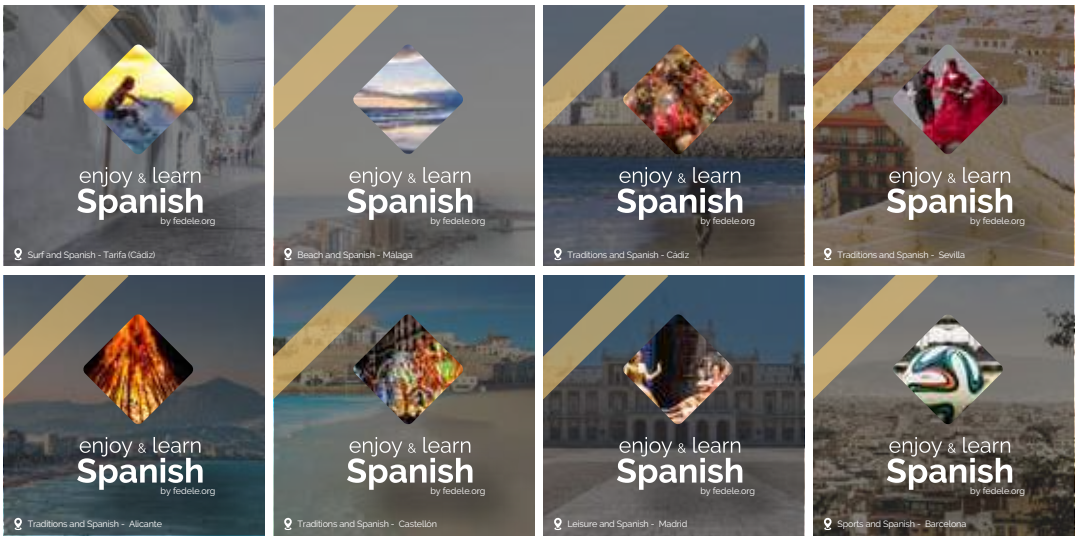
- El total de visualizaciones supera los **1.700 de media cada día de emisión**.
- Las interacciones con el contenido en 205%, estando en torno a las **1.200 interacciones**.
- El canal supera las **7.000 visualizaciones** gracias a los directos de la Semana Digital del Español y el tiempo de visualización supera las **2.500 horas**.
- El tiempo medio de visualización de los directos de las jornadas fue de **25:52 minutos**.

6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Campaña “Enjoy & Learn Spanish”

En segundo lugar, se está desarrollando la campaña ‘Enjoy & Learn Spanish’, que implicará diferentes dispositivos, medios de comunicación y colaboraciones, centrada en el alumno final y sus familias, con concursos, juegos y una extensa campaña digital a través de redes sociales en 2021.



6. Reactivación del sector

6.1 Plan FEDELE Reactiva

Misiones comerciales europeas FEDELE 2021

En tercer lugar, llevaremos a cabo eventos internacionales en colaboración con instituciones y embajadas en 2021.

FEDELE plantea en la siguiente acción el realizar tres eventos en tres países europeos para fomentar la entrada de alumnos a nuestros centros federados. Con la marca de 'Español en España' por bandera, haremos una ronda de eventos enmarcados dentro de las misiones comerciales que la Federación viene haciendo cada año, en colaboración con el Instituto Cervantes, Embajadas y oficinas educativas en el extranjero.

Para estos eventos se propondrá tanto sesiones como seminarios a dispositivos más desarrollados como mapas interactivos y poemas gigantes, como acciones de street marketing. Con dos eslóganes interesantes: el vigésimo aniversario de la Federación y la vuelta a la normalidad de un gran país como es España.

Estos eventos contará con la presencia de parte del equipo FEDELE que colaborará con las entidades locales para el desarrollo de las mismas.

Misiones comerciales digitales FEDELE 2021

Ante la imposibilidad de realizar misiones comerciales físicas como se ha venido realizando por FEDELE en los últimos años, nos planteamos la alternativa de realizar estas de forma digital. Durante tres meses realizaremos misiones comerciales digitales a las diferentes sedes del Instituto Cervantes y a todas las instituciones, centros internacionales y agencias que lo deseen.

Se realizarán un total de seis sesiones durante los meses de febrero a mayo de 2021 (una sesión por cada continente y una sesión final general). Estas sesiones tendrán una duración variable y contará con diferentes actividades para el interés del público que nos visualice.

Además, a los centros e instituciones participantes se enviará el siguiente material: material didáctico ELE con información de España, dossier comercial FEDELE, información sobre "El Juego del Español en España" y diseños para la comunicación de estos eventos.

6. Reactivación del sector

6.2 Gestión de Visados

Introducción

FEDELE, entre los diversos servicios que ofrece a las escuelas federadas, realiza la labor de atención y gestión de la problemática que suele surgir con el tema de los visados.

Desde hace años, la Federación realiza un seguimiento de dichas denegaciones. No obstante, hasta 2020 no se creó un protocolo de gestión de visados que llevase al posterior análisis de los diferentes aspectos que provocan la desestimación de la petición de visado.

En el siguiente apartado, se analizarán las claves más importantes del sistema y los problemas más comunes que han aparecido a lo largo del año. Además, estudiaremos aquellos países que más han rechazado la concesión del visado y sus motivos, con el fin de poder resolverlo en 2021.

Sistema de visados

La desinformación por parte de los estudiantes sobre los visados genera una dificultad extra a la hora de solicitarlos. Además, a eso hay que sumarle la problemática que supone para el centro toda la gestión e incidencias que suelen surgir para que un estudiante pueda venir a España y cursar sus estudios de español.

A lo largo de estos años han sido multitud los inconvenientes a los que las escuelas federadas se han tenido que enfrentar sin un plan común con el que aunar fuerzas para reducir las dificultades que surgen y evitar las posibles denegaciones.

Por ello, la Federación de asociaciones de escuelas de español en España, FEDELE, puso a disposición de los centros federados el pasado mes de julio un **Sistema de gestión de visados** (anexo I), con el fin de posicionar con firmeza a la Federación en dicho trámite, permitiéndonos una mejor administración para realizar el trámite eficazmente y evitar denegaciones.

Dicho sistema se divide en los siguientes apartados:

- Sección específica en la web con información relevante sobre visados diferenciada para estudiantes y escuelas.
- Creación de nuevos documentos para las escuelas: infografías para el alumno y documentación que debe emitir el centro.
- Promoción de FEDELE a nivel internacional para aportar valor a nuestra Federación.
- Renovación de los medios para las denegaciones y actualización del protocolo a seguir.

6. Reactivación del sector

6.2 Gestión de Visados

El objetivo principal de este nuevo sistema buscaba cubrir las necesidades de las escuelas federadas a la problemática que suele generar la gestión de este trámite. No obstante, la comunicación de este no fue efectiva por el desconocimiento que descubrimos por parte de algunas escuelas, las cuales no tenían constancia del sistema ni de la información y documentación facilitada, así como tampoco conocían el nuevo protocolo a seguir.

Todo ello, se ve reflejado en la falta de información que posee FEDELE acerca de las denegaciones obtenidas en 2020.

Denegaciones

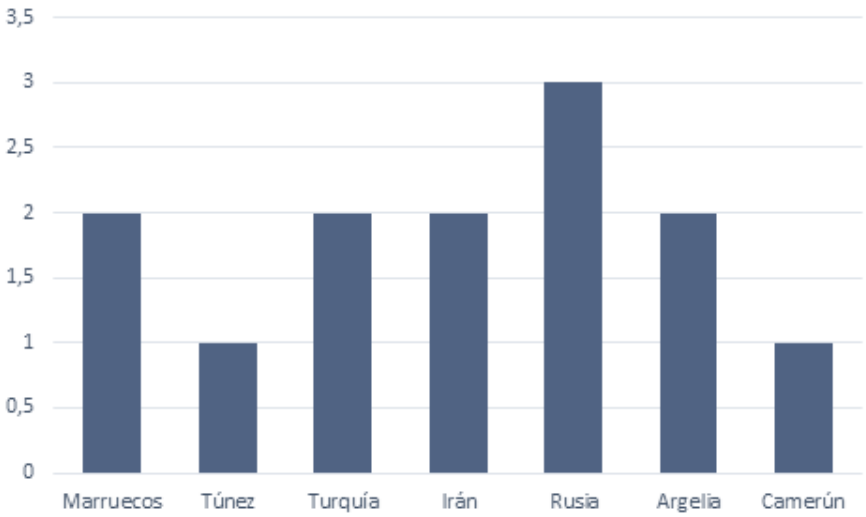
Debido a la problemática para poder viajar en 2020 por la pandemia mundial surgida en el mes de febrero, nuestro sector se vio gravemente afectado recibiendo multitud de cancelaciones por parte de estudiantes. Esta situación se alargó hasta los meses de verano, provocando que el número de alumnos disminuyese notablemente.

Posteriormente, tras la apertura de fronteras, se observó un ligero aumento de reservas lo que condujo a la petición de visados de estudios en las diferentes Embajadas y Consulados, generando en alguna ocasión la denegación de la solicitud, llevándonos a actuar según indica nuestro protocolo de denegaciones.

A fecha 31 de diciembre de 2020, FEDELE posee un total de **13 denegaciones** informadas por los centros federados. A continuación, procedemos a evaluar diferentes aspectos:

Principales países

Tal y como se puede observar en el gráfico, las diferentes Embajadas y Consulados ubicados en Rusia han sido quienes han denegado un mayor número de peticiones. No obstante, se aproximan considerablemente a Rusia países como Marruecos, Turquía, Irán y Argelia.



6. Reactivación del sector

6.2 Gestión de Visados

Como se detalló en el Informe Sectorial 2019, en los últimos 5 años Marruecos y Argelia se han convertido en dos de los países con mayor crecimiento de estudiantes. Esto, relacionado con la denegación de visado, nos supone un impedimento en el crecimiento anual del alumnado, provocando que el estudiante no pueda viajar a España para ampliar su conocimiento sobre nuestro idioma en una de las escuelas federadas.

Cabe destacar que, según el listado de países obtenido a través de la información facilitada por las escuelas, nos encontramos ante regiones con un alto porcentaje de inmigración ilegal, lo que dificulta la labor de concesión a las Embajadas. Por ello, FEDELE incorporará en su programa formativo, cursos destinados a tratar los aspectos más importantes que deben tener en cuenta las escuelas para evitar la denegación y observar si puede ser un posible caso de inmigración ilegal.

Principales causas de denegación

Los principales motivos de denegación a los que nos hemos enfrentado en 2020 han sido:

- Puede realizar el curso a través del Instituto Cervantes ubicado en el país.
- Falta de documentación.
- Inmigración ilegal.
- Documentación no justificada correctamente.

En virtud del COVID-19 y de la falta de medios y trabajo que generó, España sufrió un aumento de casos de inmigración ilegal. Esto afectó gravemente a la concesión de visados, siendo uno de los motivos de denegación a la hora de no aportar documentación que acredite que el móvil del viaje sea aprender el idioma y conocer la cultura.

Además, tras la apertura de fronteras, la razón principal de la denegación era que no se consideraba un motivo de fuerza mayor el viajar a España para completar su formación, ya que el estudiante podía realizar un curso en formato en línea o en la sede del Instituto Cervantes ubicado en dicho país. Ante este problema FEDELE recomendó a los centros incluir en la carta de aceptación un listado de actividades complementarias que justificaran la necesidad de viajar a España para aquellos alumnos que cumplieran con los requisitos.

A todo ello, hay que sumarle los dos motivos más comunes por los que desestiman la petición de concesión del visado: falta de documentación o carecer de la justificación oportuna.

Tal y como se detalla en el artículo 38 del RD 557/2011, se deberá acreditar el cumplimiento de los requisitos generales para la obtención del visado, prestando especial atención a la garantía de los medios económicos y la carta de aceptación del centro.

Según lo observado a lo largo del año, destaca como razón principal no acreditar correctamente la petición del visado. No obstante, FEDELE cuenta con un portal destinado tanto a escuelas como a estudiantes con la información más relevante a tener en cuenta, por lo que reafirmamos la necesidad de realizar cursos destinados a informar sobre los medios con los que cuentan las escuelas y cubrir la carencia de información con la que cuentan.

6. Reactivación del sector

6.2 Gestión de Visados

Además de conocer los principales motivos de denegación, cabría mencionar dos aspectos clave que no se han tenido en cuenta y que han motivado la desestimación en algunas ocasiones: falta de utilización por parte de los centros de material común como es la carta de aceptación o la obligación de cumplir con la realización de un programa a **tiempo completo**. Este último punto se debe tener muy en cuenta, ya que, a pesar de la falta de regulación específica en el concepto de tiempo completo, como mínimo un estudiante debe asistir a clase 15 horas a la semana y debe ingresar el 50% del importe total del curso (si no la totalidad en los casos dudosos).

Soluciones

Ante la imposibilidad de obtener información por parte de la Embajada o Consulado debido a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, desde FEDELE hemos realizado una campaña de comunicación para Embajadas y Consulados, con el fin de dar a conocer tanto a la Federación como a las escuelas que la componen, para así poder posicionarnos y obtener mayor reconocimiento. Importante destacar la relación de FEDELE con el Instituto Cervantes y la credibilidad que aporta la acreditación de centros expedida por esta institución.

A pesar de que el feedback fue positivo por parte de la gran mayoría de las Embajadas, de cara a 2021 se trabajará en un programa destinado en exclusiva a las Embajadas y Consulados para promocionar a FEDELE en el exterior y poder crear una colaboración conjunta para evitar futuras denegaciones.

Además, desde FEDELE se ha facilitado información relevante sobre las denegaciones a todas las escuelas afectadas, detallando cómo solucionar el inconveniente para evitar que vuelva a suceder. Asimismo, se ha puesto a disposición de todos esos centros un modelo inicial de recurso potestativo de reposición para que puedan presentar aquellos alumnos a los que le ha sido denegada la solicitud.

De cara a este año, FEDELE trabajará en un nuevo sistema que complemente al anterior, con el fin de obtener un documento más completo donde se de solución a los inconvenientes que suelen aparecer para así evitar una

Quejas

Tras la información facilitada por las escuelas FEDELE, hemos obtenido un total de 4 quejas con diferentes Embajadas y Consulados, predominando Marruecos entre ellas:

- Casablanca (Marruecos)
- Agadir (Marruecos)
- Túnez (Túnez)
- Salvador de Bahía (Brasil)

Según la comparativa obtenida anteriormente, vuelve a remarcar este país frente a los demás, con grandes problemas de organización, agenda y personal. En concreto, nos encontramos ante la problemática de no poder obtener una cita para la presentación de documentación o la labor desempeñada por una cónsul que muestra sus reticencias para aprobar visados de estudio a estudiantes de cursos de español.

6. Reactivación del sector

6.2 Gestión de Visados

Como solución a dicho problema, desde FEDELE se contactó con varias Embajadas con el fin de dar una respuesta al problema de la concesión de citas. No obstante, en la gran mayoría de casos hemos obtenido por respuesta la gran dificultad que existe para conceder citas por el cierre de sus sedes o por la falta de personal debido a la pandemia. Ante esto, FEDELE indicó, a los centros que tenían problemas para concertar una cita, los correos electrónicos de contacto directo facilitados por la Embajada para intentar aligerar el trámite y realizar la petición vía telemática.

Por otro lado, y con el fin de solucionar el inconveniente con la Exma. Cónsul de Agadir en Marruecos Miriam Fernández de Castro, sería conveniente poder realizar una reunión con el Consulado General de España para exponer esta situación e intentar obtener una mediación entre FEDELE y la cónsul, con el fin de evitar futuras denegaciones alegando su desconfianza con este perfil de estudiante ante la falta de obtención de un título oficial, ya que acogiéndonos al Real Decreto 557/2011, de 20 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009, en concreto en su artículo 38. 2. a), en ningún momento se detalla que deba ser un título oficial, sino que remarca que uno de los requisitos para obtener el visado será la "Realización o ampliación de estudios: haber sido admitido en un centro de enseñanza autorizado en España, para la realización de un programa de tiempo completo, **que conduzca a la obtención de un título o certificado de estudios"**

Analizando dicho apartado, se detalla que el estudiante debe haber sido admitido en un centro de enseñanza autorizado en España y con el objetivo de obtener un título o certificado, cumpliendo así nuestros centros con dicho apartado.

No obstante, para apoyar el apartado de centro de enseñanza autorizado en España, FEDELE debe volver a contactar con el Instituto Cervantes para realizar las gestiones oportunas y finalmente obtener el reconocimiento por parte del Ministerio de Educación.

Mejoras a aplicar en 2021

Actualmente, y 6 meses después de informar sobre el nuevo procedimiento de denegaciones y quejas, observamos que ante estos datos, desde la Federación poco se puede realizar, ya que no contamos con información adecuada para presentar ante el Ministerio de Asuntos Exteriores y hacernos oír.

Esta problemática afecta de lleno a todos los centros, hayan recibido denegaciones en los últimos meses o no, ya que no nos permite actuar con concordancia. Por ello, de cara a 2021 se plantean las siguientes propuestas.

Desde la Federación se creará un plan específico de formación donde se comunicará, entre otros y guiándonos por las necesidades de los centros:

- Qué es el Sistema de Visados y cuáles son los procedimientos que se incluyen en él.
- Cómo actuar ante una denegación: recursos.
- Cuáles son los documentos que debe presentar un estudiante y cómo podemos informarle para que entregue la documentación correcta.

- Entrevistas con diferentes Embajadas / Consulados para facilitarnos información y resolver dudas (en proceso).

Además de recibir la formación adecuada, semestralmente se crearán dos informes con los datos recogidos:

- Informe de denegaciones y quejas.
- Informe de mejora.

Gracias a estos datos, a final de año podremos contar con información fehaciente que trasladar al Ministerio de Asuntos Exteriores para hacerles llegar las dificultades a las que nos encontramos, cómo las solucionamos y poder trabajar conjuntamente en un plan de actuación que nos facilite la llegada de estudiantes a España que generen riqueza.

Por último, desde FEDELE se propone crear material adicional de información tanto para los estudiantes como para los centros.

- Ampliación del Sistema de visados.
- Vídeos explicativos.
- Infografías: tanto para entregar físicamente como en formato interactivo.
- Guía para el estudiante.

Desde la Federación consideramos que tras conocer a la perfección el nuevo sistema de visados por parte de todos los centros, así como realizando las propuestas anteriormente descritas, conseguiremos mejorar, crecer en conjunto y aunar fuerzas para conseguir mayor visibilidad del problema al que nos enfrentamos frente a las embajadas y consulados, y poder llegar a proponer un proyecto de mejora al Ministerio de Asuntos Exteriores para trabajar conjuntamente en la expansión del aprendizaje del español como lengua extranjera.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.1 La impredecibilidad de los acontecimientos

Desde la Federación de escuelas de español como lengua extranjera nos enfrentamos al reto de desarrollar unas perspectivas económicas para la actividad ELE en nuestro país para el año 2021. Pero antes de comenzar con las estimaciones, queremos resaltar la complejidad de la situación actual que hace que realizar estimaciones para los próximos años, sea una tarea sumamente complicada.

En enero de 2021, fecha en la que se redacta este informe, España vive su segundo estado de alarma en lo que va de año que durará, como mínimo, hasta el próximo 9 de mayo. Este estado de alarma delega las competencias sanitarias y las medidas de aplicación en cada territorio a las comunidades autónomas, por lo que nos encontramos con diferentes medidas, restricciones y situación dependiendo del territorio que consideremos.

Además, se da por hecho una tercera ola de contagios en nuestro país y en el resto de los países occidentales que contribuirán negativamente a la recuperación económica del primer trimestre del año 2021.

Si a lo anteriormente expuesto le sumamos la complicación de predecir el comportamiento de la pandemia provocada por el COVID-19; nos encontramos con un escenario difícil de modelizar y que, por tanto, deberá ser estudiado en profundidad de forma regular.

Por este motivo, emplazamos a que se tomen los siguientes datos con cautela y siempre con la referencia del momento en el que se escribe. La Federación de escuelas de español como lengua extranjera actualizará, si fuera necesario, los siguientes datos.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

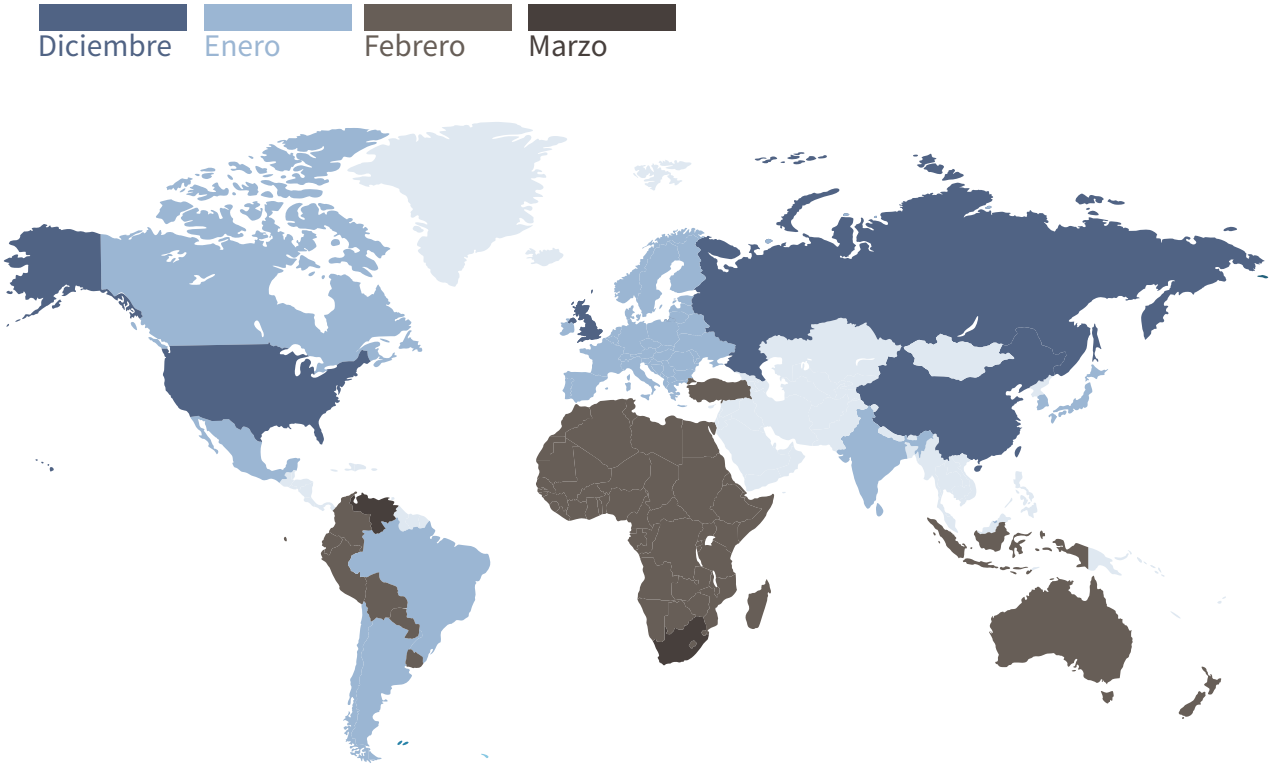
7.2 Perspectivas sanitarias y económicas de la pandemia para el 2021

El año 2021 comenzará con la campaña de vacunación del COVID-19 tras la aprobación por parte de la Agencia Europea del Medicamento de los antídotos desarrollados por BioNTech y Pfizer el 21 de diciembre de 2020. De este modo, España comenzará con la inmunización a sus ciudadanos en la misma fecha que lo hará el resto de Europa, sumándose a países como Estados Unidos y Reino Unido que ya han suministrado dosis a mediados de diciembre de 2020.

No obstante, el acceso a las vacunas será desigual a nivel internacional, teniendo en cuenta que algunos países no recibirán las primeras dosis hasta el segundo trimestre del año. Esto hará que la inmunización generalizada de la población mundial se retrase, según estimaciones propias, a finales de 2022.

Destacamos como estima Victor Ingrassia, de Infobae.com; el calendario mundial de vacunación contra la COVID-19 es irregular dependiendo del país y su riqueza. Siendo en enero de 2021 casi nulas las dosis de vacunas que ha recibido países situados en África o Latinoamérica.

Calendario mundial de vacunación contra la COVID-19
por países, fechas tentativas

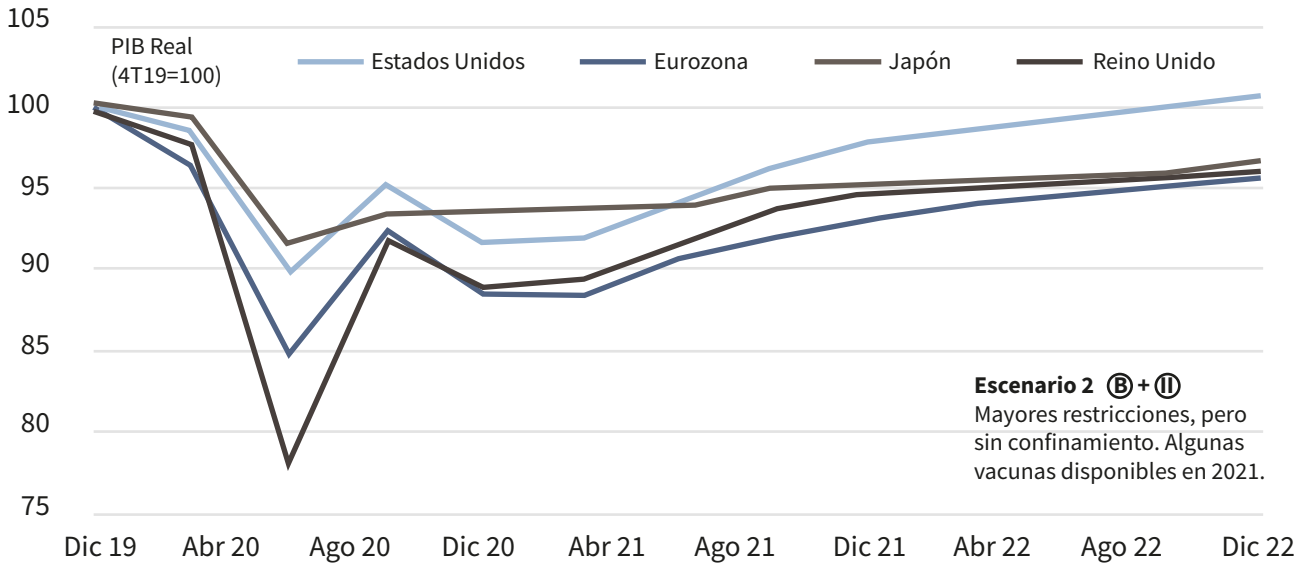


La recuperación económica de nuestro país se espera en forma de W según el artículo publicado por el banco ING Direct[1] donde desarrollaban varios escenarios posibles, teniendo que el escenario 2 es el más probable a la fecha de escritura de este informe (Mayores restricciones, pero sin confinamiento domiciliario y algunas vacunas disponibles en

[1] Dato extraído del siguiente artículo: https://www.ennaranja.com/economia-facil/recuperacion-economica-covid-19/ [Último acceso: 29/12/2020]

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.2 Perspectivas sanitarias y económicas de la pandemia para el 2021



Por ello, podemos prever según el gráfico anteriormente expuesto, que tendremos unos niveles próximos al 95% a partir de agosto de 2021.

En el sector concreto de la educación ELE en España se ha visto un ligero ascenso de alumnos en el segundo semestre del año 2020 a pesar de la situación que vivía el país. Esto nos hace indicar que durante el primer semestre de 2021 y arrastrados un poco por la tendencia de visitas a nuestro país, los corredores turísticos seguros y los estudiantes residentes; tendremos una actividad alrededor del 20% respecto al 2019.

En el primer semestre del año no se esperan grupos escolares por lo que deben crearse nuevos productos que complementen este servicio a aquellas escuelas que dependen de él; o acciones de promoción, cursos digitales de preparación idiomática o accesos a campus que afiancen una relación económica de cara al próximo curso.

No obstante, y siendo conscientes de todas las variables de confianza, reapertura de fronteras, índices de vacunación y preparación de viajes estimamos que a partir de mayo de 2021 sea visible una recuperación paulatina, con cifras cercanas al 50% (respecto al volumen de alumnos y facturación expresados en 2019) y de un 75% llegados el mes de septiembre y con el nuevo curso.

Los niveles pre-pandémicos no se esperan conseguir hasta bien entrado el 2022 cuando la mayoría de los países emisores de alumnos y España hayan conseguido la inmunización de grupo gracias a la vacunación masiva de sus ciudadanos.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

Todos los implicados en el sector ELE en España debemos trabajar para una reactivación económica paulatina durante el año 2021 que dependerá de muchos factores. Será un trabajo incansable que realizaremos todas las entidades implicadas con el objetivo de alcanzar las metas planteadas.

No obstante, en las siguientes líneas vamos a detallar una de las variables que creemos más importante para reactivar el sector: la confianza. Es necesario recuperar esta a nivel país, sector y a nivel individual cada escuela.

Cada país ha vivido la pandemia de una forma distinta, con distintos niveles de implicación de la sociedad y daños en su sistema productivo. Es por ello que España se posiciona en estos momentos como el país más preocupado por el COVID-19 a nivel mundial según el informe de Deloitte Monitor: Camino hacia la recuperación Perspectivas sobre el comportamiento del consumidor[2]:

> *La crisis derivada de la COVID-19 ha generado una preocupación doble por la salud y por la economía entre los ciudadanos. España es el país más preocupado por la salud personal y la de su familia de entre todos los países analizados, solo superado por China e India, si bien se observa una tendencia positiva al ir disminuyendo la inquietud en este ámbito conforme se avanza hacia la recuperación y se va derrotando a la pandemia.*

Por esto, también debemos tener en cuenta y fijar la atención en la preocupación que otros mercados le han dado a la pandemia de COVID-19 y cómo se ha visto nuestro país reflejado en esos mercados. Es importante no caer en análisis fáciles trasportando nuestra sensibilidad como españoles a otros mercados, sino analizar la demanda y los factores que influyen sobre nuestros posibles alumnos. Es posible que nuestra visión sea más pesimista que la de otros mercados por esa preocupación doble que señalaba el anterior informe.

El estudio multimercado "Coronavirus Research", realizado por la compañía de investigación de mercados con sede en Londres GWI (GlobalWebIndex, 2020) , resulta particularmente interesante (tras la realización de tres oleadas de estudio), con sus respectivos trabajos de campo realizados entre el 16 de marzo y el 27 de abril.

En el caso de España, la muestra fue, en cada una de las olas de estudio, superior a las mil respuestas, formada por usuarios de Internet y ponderada según edad (entre los 16 y los 64 años), género y nivel educativo. Tomaremos los resultados de la tercera oleada, ya que nos permite observar la evolución experimentada por aquellas variables más directamente vinculadas al turismo (si bien su alcance es más amplio), lo que puede ayudar a vislumbrar patrones de cambio en los comportamientos del turista. Es importante hacer notar que los 17 países seleccionados (Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, India, Irlanda, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur, Sudáfrica, España, Reino Unido y EE. UU.) representan el 52% de la población mundial. Conclusiones:

[2] Disponible en [Último acceso: 17/12/20]: https://www2.deloitte.com/es/es/pages/consumer-industrial-products/articles/perspectivas-sobre-la-confianza-del-consumidor.html

[3] Disponible en [Último acceso: 17/12/20]: https://www.globalwebindex.com/coronavirus

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

El nivel de preocupación con la situación en España se ha mantenido muy alto (el mayor entre los países europeos): suman un 88% quienes se declaran extremadamente, muy o bastante preocupados, 20 puntos por encima del conjunto de países considerados.

Este dato nos viene a afianzar que somos el mercado más preocupado por la situación pero no por ello debemos hacer caso omiso de las opiniones que otros países emisores de alumnos tienen sobre nuestro país y la seguridad actual de viajar a ellos.

La confianza es un pilar fundamental en la recuperación de los mercados económicos y turísticos de nuestro país. Por ello, como parte de la cadena de valor del turismo, al presentar un punto de atracción de personas que habitualmente no viven en nuestro país, las escuelas ELE en España deben trabajar en la confianza de sus centros y del destino. Para ello, destacamos cuatro niveles de confianza a perseguir, destacando acciones que se desarrollarán desde el seno federativo para cumplir con estos principios:

- **Confianza física**: Certificado de escuela ELE segura.
- **Confianza emocional**: Responsabilidad Social Corporativa, escuela verde y carácter familiar de los centros.
- **Confianza financiera**: Seguros, mejoras de contratos y puesta a disposición de herramientas como el Defensor del Estudiante.
- **Confianza digital**: Certificados web, páginas accesibles, auditorías legales y cumplimiento de las W3C para conseguir unos dispositivos digitales accesibles.

Cada entidad que trabaja dentro del sector ELE en nuestro país, incluyendo las entidades universitarias, organismos públicos, centros privados, residencias, familias, profesores… deben realizar acciones que mejoren la confianza de los posibles alumnos en los cuatro pilares anteriormente citados y que pasamos a desarrollar en las siguientes líneas.

Confianza física

Es importante que los posibles alumnos extranjeros vean la enseñanza del español como lengua extranjera en nuestro país como una actividad segura a la hora de realizar su estancia idiomática. Para ello, no solo nos valdrá la seguridad sanitaria de los centros, sino también tener a disposición de los alumnos seguros médicos de confianza, corredores turísticos, acciones de los gobiernos centrales para establecer pautas comunes a cada uno de los países emisores de alumnos, etc.

Es importante que la confianza física se vea representada en todas las comunicaciones de la escuela y sean consecuentes en todas las acciones que realizamos tanto dentro como fuera del aula.

Se requiere mucha capacidad de adaptación del personal de los centros educativos y en especial de los profesores, que suman a su ya larga lista de tareas las acciones relativas a controlar aforos, medidas de seguridad e higiene, entre otras. Es importante también trabajar desde los equipos de dirección en apoyar a estos profesionales para que no recaiga sobre ellos toda la responsabilidad de recuperar la confianza de los alumnos.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

Las instituciones públicas y asociativas como la nuestra deben apoyar al sector para aportar herramientas, material y campañas suficientes para mostrar un destino y unos centros actualizados con las últimas normas sanitarias. Es importante acciones como las llevadas a cabo por la Diputación Valenciana de Turismo donde alumnos de diferentes tipos de educación (universitaria, idiomática, profesional…) realizaban actividades de deporte y turismo activo en la zona. El uso de redes sociales y nuevas acciones de marketing harán que se pueda recuperar esta confianza más rápidamente.

Desde FEDELE, para aportar nuestro trabajo en la recuperación de la confianza física de nuestros centros, desarrollamos en el mes de mayo de 2020 el sistema de Escuela ELE Segura:

La certificación Escuela ELE segura fue puesta a disposición de los centros federados como un sello acreditativo del cumplimiento de una serie de medidas establecidas por la Federación en consonancia con las diferentes pautas sanitarias que daba el Ministerio de Sanidad del Gobierno de España, junto con las recomendaciones sanitarias que realizaban las consejerías de salud de los respectivos gobiernos autonómicos. Además, se realizó un estudio de medidas sanitarias desarrolladas en otros países y en ámbitos de aplicación similares al sector de la enseñanza ELE en nuestro país.

Este documento es actualizado cada mes con nuevas pautas, exigencias y material; adaptándonos a la cambiante situación de la pandemia.

La obtención de este certificado no garantizaba que los centros estuviesen libres de riesgo ante el COVID-19 debido a la imposibilidad de eliminar por completo la probabilidad de contagio de los espacios educativos (ni de ningún otro espacio).

Los requisitos generales para la obtención del sello acreditativo expedido por la Federación de escuelas de español como lengua extranjera fueron los siguientes:

- El centro debe asumir un compromiso firme con la gestión del riesgo, llevando a cabo la implementación sistemática de medidas dirigidas a minimizarlo.
- La gestión del riesgo debe formar parte de todos los procesos del centro; por ello, los distintos procesos deben estar coordinados entre sí.
- Debemos recordar que el cumplimiento de estas normas no impide a los centros tomar otras medidas de higiene, salud o acceso a sus centros; siempre que se atengan a normal y no incluyan una discriminación racial o social.
- Es importante que se atienda del mismo modo a las indicaciones de cada comunidad autónoma y de las autoridades sanitarias pertinentes.
- Creación de un Comité de Seguridad y Salud que asuma la definición de estrategias y toma de decisiones para la minimización de riesgos higiénico-sanitarios por COVID-19.

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

- Creación de un Plan de Contingencia donde se desarrollan los siguientes apartados:
  - La posibilidad de modificar los procesos dirigidos a la toma de decisiones, si fuera necesario.
  - La asignación de autoridades y responsabilidades en el marco de la gestión del riesgo.
  - La asignación de recursos humanos y materiales, incluida la determinación el uso de Equipos de Protección Individual (EPI).
  - La determinación e implantación de un protocolo de actuación.
  - La supervisión del cumplimiento de todas las pautas contenidas en el certificado de escuela ELE segura.

Al certificado[3] se le acompaña una campaña de comunicación para que los centros puedan anunciar la obtención de éste para mejorar la confianza de estos centros.

En la fecha en la que se redacta el siguiente informe (diciembre 2020), un total de 63 centros federados han obtenido el sello acreditativo.

Confianza emocional

La confianza emocional es aquella que deposita el estudiante en base a sus sentimientos y moral. Esta confianza se la otorga no solo a los centros educativos, sino también a las entidades involucradas en el proceso de servucción al alumno y en el destino que escoge para realizar su estancia idiomática.

En estos momentos es importante no solo recuperar la confianza anterior a la pandemia, sino aprovechar para maximizar nuestros vínculos emocionales con los alumnos. Es el momento de destacar la parte social y de involucración de las empresas en nuestro entorno y medio ambiente. Debemos conseguir centros, entidades y destinos más enfocados a la satisfacción emocional de los alumnos y visitantes. Para ello, aconsejamos que se realicen acciones en diferentes campos de actuación:

- Acciones para mejorar los procesos de tal forma que sean más sostenibles y eficientes, dentro y fuera del aula. Conseguiremos así centros educativos más digitales y con una huella medioambiental menor.
- Trabajar en las acciones de responsabilidad social con grupos de personas vulnerables dentro y fuera de nuestras fronteras; tanto con iniciativas propias de los centros y entidades, como las llevadas a cabo en colaboración con los alumnos que realizan sus estudios en los centros.
- Debemos establecer pautas para que todas nuestras comunicaciones sean responsables y accesibles por todos, trabajando con el concepto de accesibilidad universal en nuestros espacios físicos, así como en nuestros espacios digitales[4].

[4] Nuestras páginas deben cumplir las pautas desarrolladas por el W3C [Último acceso: 19/01/21]: https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/es

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

- Por último, los centros deben destacar aún más su carácter de unión y ayuda entre todos los participantes de este (maximizar el carácter familiar y cercano de los centros). Conseguiremos así personalizar la marca y llegar más a las emociones de los posibles alumnos.

Desde la Federación, queremos poner en práctica acciones concretas para mejorar esta confianza emocional de nuestros centros y del sector ELE en España, para ello, vamos a desarrollar en el primer trimestre de 2021 el certificado de Escuela ELE Social.

Este certificado que se presentará en los próximos meses y al que podrán acceder todos los centros ELE que lo deseen, pondrá en valor las acciones de responsabilidad social que realicen los centros, estableciendo unas pautas comunes de reciclaje, cuidado del medioambiente, lucha contra las desigualdades por razones de raza, preferencias sexuales o género; y cuidado en la integración de personas con capacidades físicas o psicológicas limitadas.

Se pretende desde la Federación de escuelas de español en España, crear un marco para conseguir escuelas verdes y seguras, que den un valor añadido a la confianza emocional que hemos indicado.

Confianza financiera

Así denominamos a la confianza que el alumno deposita en el centro o institución de enseñanza y que se relaciona con la capacidad financiera, legal y contractual entre el alumno y el centro. También incluimos aquella confianza que otorgan las membresías obtenidas por el centro, ya que el alumno certifica de este modo la seguridad de su inversión monetaria.

En este aspecto, la pandemia nos ha enseñado algunas debilidades que presentaba el sector en cuanto a seguros económicos, cláusulas contractuales y asunción de pérdidas. Es importante contar con buenos equipos legales y que sean estos los que definan los contratos por la realización de estudios, estancias y visados.

Además, los centros deben contar con unos certificados y modelos comunes, información básica sobre los servicios en dosieres de información y contratos claros. Esto ayudará también a la gestión que realizamos de visados con embajadas y consulados; que amplía la confianza financiera que los alumnos depositan en los centros y en el país como receptor de turismo idiomático.

Desde la Federación de escuelas de español como lengua extranjera, se trabaja en este punto desde diferentes perspectivas:

- En un primer lugar, se desarrolló en el segundo semestre de 2020 un sistema para la gestión de visados donde se establecieron unas pautas y seguimiento a la hora de gestionar los visados de estudios tanto por parte de los alumnos como por parte de los centros. Se creó información para que tanto centros federados como sus alumnos pudiesen conocer más detalles sobre cómo gestionar visados; con el fin de disminuir el número de incidencias. A este sistema se le acompañaron unos documentos comunes para todas las entidades federadas y una campaña de comunicación y relación con consulados y embajadas en todo el mundo.

- Como parte de las estrategias de la Federación para 2021 contamos con el plan de crear una plataforma de

7.3 La confianza necesaria para la reactivación del sector en el 2021

ayuda legal, laboral y contable a los centros federados, poniendo a disposición de ellos información útil y veraz que tenga que ver con el desempeño de su trabajo y la coordinación con equipos de abogados, asesores laborales y contables para la resolución de problemas que se tengan en el seno de los centros. Trabajaremos con modelos de contrato para aquellos centros que necesiten este servicio y apoyaremos al sector para realizar presión sectorial a los diferentes personajes implicados en la enseñanza ELE en nuestro país, desde instituciones idiomáticas a agentes lingüísticos.

- Creación de vínculos con entidades idiomáticas, turísticas y de calidad educativa para aportar un mayor valor a los centros federados. Este punto se ha venido ya desarrollando en los últimos meses de 2020 con el acceso de FEDELE a la Mesa de Turismo en España[5] (que, al ser título nominativo, corresponde a nuestra presidenta Dña. Begoña Llovet) y la consolidación de las relaciones con Turespaña y el Instituto Cervantes; que se vio representada en el apoyo que ambas entidades han depositado en nuestros centros federados durante la crisis del COVID-19.

Confianza digital

Desde que nuestros centros y entidades educativas accedieron a internet, su capacidad, reconocimiento y acciones se expandieron más allá de los muros físicos de sus dependencias. Es por ello, que uno de los pilares fundamentales en los que debemos trabajar para rescatar la confianza en el sector y en particular en los centros educativos es cuidar las acciones que se realicen de forma digital.

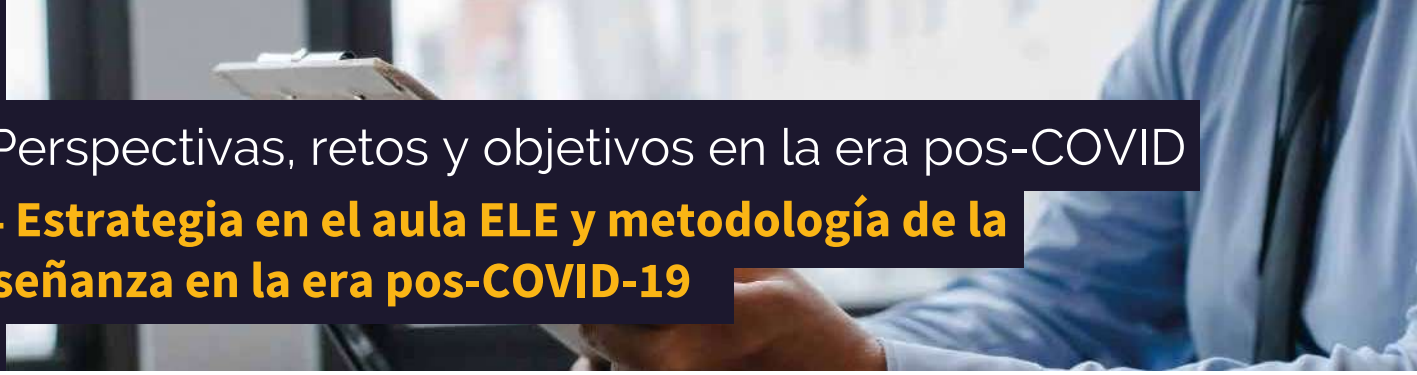
Esta tarea se tendrá que realizar en todos los ámbitos digitales: redes sociales, páginas webs corporativas, publicidad, acciones de atracción de estudiantes, etc. Debemos crear acciones que sean responsables y que no se conciban como acciones intrusivas en la navegación del usuario a través de la red.

En este aspecto, es imprescindible que los centros tengan buenas herramientas digitales, con capacidades para medir y analizar la demanda de nuestros usuarios. Del mismo modo, es importante contar con certificados de seguridad, cumplir las diferentes leyes[6] imperantes en la web e instalar complementos que minimicen los riesgos de sufrir ataques de software malicioso en nuestros dispositivos.

Desde la Federación ayudaremos al sector a cumplir con unas pautas y cánones desarrollando en el primer trimestre de 2021 un documento titulado “La confianza digital en el sector ELE” con pautas, acciones, recomendaciones y ejemplos para que los centros de enseñanza del español como lengua extranjera puedan desarrollarlas y ampliar el valor añadido de su presencia digital.

[5] Puede conocer más información sobre esta institución en [Último acceso: 19/01/21]: https://mesadelturismo.org/

[6] Nos referimos a la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) y la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electr´onico (LSSI-CE)



7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.4 Estrategia en el aula ELE y metodología de la enseñanza en la era pos-COVID-19

Objetivo del presente estudio

El objetivo de presente estudio es mostrar algunos de las estrategias y cambios conceptuales que deberían suceder en el próximo año para estructurar un nuevo futuro del sector ELE en nuestro país y en el resto del mundo, desde el aula ELE y la metodología de la enseñanza. No obstante, queremos indicar que lo realizamos desde un punto de vista de estrategia empresarial y de crecimiento económico; sin indagar en las pedagogías realizadas por los centros y, con ellos, por sus profesores. Este análisis debe ser realizado por otros campos profesionales y enmarcados en estudios con otros objetivos.

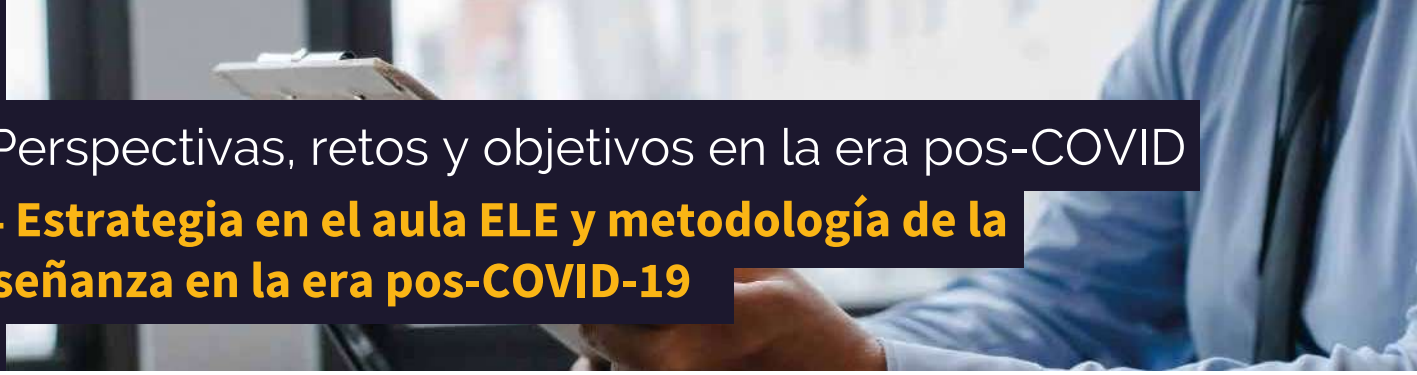
Entender la doble dualidad del alumno de español en España

El presente informe, donde se enmarca este estudio de la estrategia en el aula ELE y la metodología de la enseñanza en la era pos-COVID-19, tiene como objetivo estudiar los daños provocados por la pandemia del COVID-19 en el sector ELE en España con datos sobre las pérdidas de alumnos que los centros federados han experimentado en 2020. Este informe viene a sustituir, debido a las circunstancias, al Informe Sectorial que la Federación de escuelas de español como lengua extranjera en España ha venido desarrollando en los últimos años (2015-2019). En estos informes, se realiza una aproximación al concepto de turismo idiomático, considerando este como punto inequívoco de nuestra actividad como centros de enseñanza lingüística, pero también, como parte de la cadena de valor del turismo.
Somos conscientes desde la Federación de lo polémico que puede resultar este concepto que parece convertir a los centros educativos en agentes turísticos, considerando la enseñanza ELE en nuestro país como una simple atracción turística. Desde la Federación queremos en estas líneas hacer destacar nuestro compromiso con la enseñanza ELE en España y en el resto del mundo, como una actividad de calidad pedagógica. Nuestra Federación está compuesta por cientos de profesores que trabajan cada día para enseñar nuestro idioma, renovando y actualizando sus métodos de enseñanza; mejorando así cada día no sólo sus respectivos centros sino también el conjunto del sector ELE en nuestro país. Profesores que con su entrega y dedicación dan movimiento a todo el aprendizaje del idioma español.

Una vez expuesto esto, desde la Federación creemos que es necesaria la aceptación de la dualidad que presentan los alumnos de español en nuestro país. El papel de los centros educativos que tienen como objetivo principal la enseñanza del español como lengua extranjera, necesita inevitablemente de alumnos de países cuya lengua materna sea diferente a la nuestra. Es innegable que nuestros alumnos visitan nuestros centros educativos por su calidad en la enseñanza, sus profesores, instalaciones y el rédito que durante años ha cosechado nuestro país en términos de seguridad, bienestar y sistemas sólidos de aprendizaje. Pero también es importante destacar el papel que juega la ubicación de los centros de enseñanza ELE en cuanto a turismo se refiere.

Debemos configurar un marco común para todo el sector ELE donde asumamos que los profesores son formadores y guías en aprendizaje y pedagogías; y que no necesariamente deben ser guías turísticos de ciudades. Pero también debemos conseguir, como centros de inmersión lingüística, ofrecer planes y alternativas a las horas que nuestros estudiantes pasan fuera de las aulas con personal específicamente formado para ello. Es innegable nuestra vinculación como parte de la cadena de valor del turismo y como dinamizadores de un tipo de turismo concreto: el turismo idiomático (definido por la Organización Mundial del Turismo en 1991 y por Turespaña[7] en 2008).

[7] Instituto de Turismo de España es un organismo autónomo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España. Se encuentra adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo.



7.4 Estrategia en el aula ELE y metodología de la enseñanza en la era pos-COVID-19

Es necesaria una cohesión entre las actividades formativas y las industrias culturales y deportivas del ámbito local de los centros. Esto creará sinergia entre industrias y productos de inmersiones lingüísticas más adaptadas a las nuevas demandas internacionales. No obstante, debemos destacar que el principal valor de un centro ELE es y será siempre, su capacidad de enseñanza, su metodología y los profesores que hacen posible esta labor. No se trata de completar currículo con actividades deportivas o culturales, sino la de afianzar conocimientos, avanzar en nuevos modelos complementarios y reforzar los contenidos que se dan en el aula ELE (seno de nuestra actividad principal como educadores).

Ejemplos de acciones de afianzamiento de las enseñanzas desarrolladas en clase con vinculación a industrias culturales y deportivas son:

- Participación y desarrollo de planes de estudios vinculados en su totalidad al deporte. Destacando el fútbol como principal atractivo deportivo dentro de nuestro país. La vinculación con equipos deportivos locales y la inmersión de los alumnos en estos centros deportivos mejorará la satisfacción de nuestros alumnos, así como el carácter familiar y de cuidado de la salud que presenta el centro.

- Además de las excursiones y viajes que ya se vienen desarrollando dentro de los centros de enseñanza, los alumnos pueden realizar otro tipo de inclusiones en la ciudad con proyectos culturales en colaboración con instituciones públicas. Convertir al alumno en parte de la cultura de la ciudad lo llevará a una mejor asimilación de nuestro idioma.

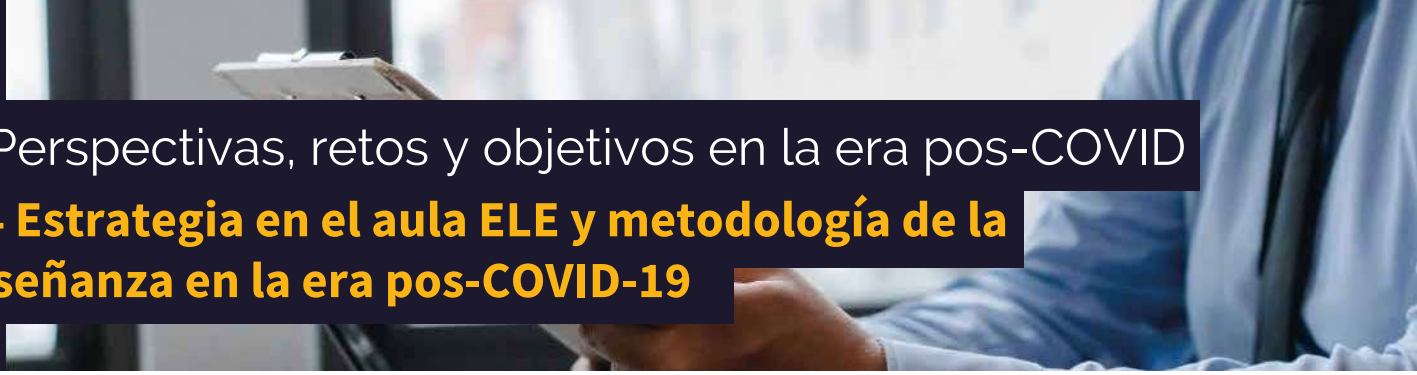
- Inclusión del alumno en asociaciones culturales y acciones de responsabilidad social dentro de la ciudad donde se encuentre el centro. Acciones como acudir con alumnos a centros de estancia diurna para que conozcan a personas mayores y conozcan sus historias, puede ser un gran valor humano para el alumno y una forma de conocer diferentes acentos y dicciones de nuestro idioma.

El aprendizaje de español como valor para la mejora curricular

La caída del empleo a nivel global y la previsible recesión económica que viviremos en los próximos años puede ser una gran oportunidad en todos los sectores educativos, incluida la enseñanza de español como lengua extranjera.

El español ocupa ya la segunda posición en cuanto a ciudadanos que tienen este idioma como nativo[8] y cuenta con 580 millones de hispanohablantes[9] (de los cuales 493 millones son hispanohablantes nativos). Según el informe financiado por Fundación Telefónica titulado “El valor económico del español”, la lengua española generaba en 2016 el 16% del valor económico del PIB y del empleo en España. Pero nuestro idioma no es importante solo para la economía española sino también para más de una veintena de países que tiene este idioma como nativo. Los hablantes de español que hay en el mundo tienen un poder de compra conjunto del alrededor del 9% del PIB Mundial[10] , por ello, el español es un importante capital y valor económico para alumnos que deseen mejorar su currículo de cara a una mejora económica en los próximos meses.

[8] Según datos de “the Ethnologue: Languages of the World”.
[9] Según el Anuario El español en el mundo 2019, publicado por el Instituto Cervantes.
[10] Según el artículo “El peso económico del español” dentro del informe “El español: una lengua viva. Informe 2020” publicado por



7.4 Estrategia en el aula ELE y metodología de la enseñanza en la era pos-COVID-19

El estudio de nuestro idioma será una herramienta eficaz para la entrada laboral a mercados internacionales y nuevos puestos de trabajo. Por ello, será imprescindible la creación de nuevos cursos específicos en áreas determinadas de conocimiento, de capacitación de idiomas para carreras y puestos de desempeño específicos. La segmentación de este tipo de cursos ayudará a las escuelas a posicionarse en un nuevo mercado más exigente y específico.

No podemos olvidar que los centros de enseñanza de español como lengua extranjera deben perseguir ser parte de la llegada de estudiantes internacionales a las Universidades, para prepararlos lingüísticamente, para las pruebas de acceso y orientándoles en su itinerario formativo en España.

El uso de los macrodatos para la mejora de la calidad de la enseñanza

Según la Facultad de Estudios Estadísticos de la Universidad Complutense de Madrid, la inteligencia de datos, más conocida como Big Data, es el análisis masivo de datos. Una cuantía de datos, tan sumamente grande, que las aplicaciones de software de procesamiento de datos que tradicionalmente se venían usando no son capaces de capturar, tratar y poner en valor en un tiempo razonable.

Estos datos pueden venir a nivel mundial por diferentes vías, aunque principalmente estimamos dos fuentes como las oportunas para la implementación en el aula:

- Los datos producidos por personas: lo conforman una inmensurable cantidad de acciones que de forma diaria realiza nuestro alumno y que pueden ser analizadas para ofrecer mejores servicios y ofertas educativas adaptadas a él. El análisis de este tipo de datos puede ayudarnos a crear nuevo material pedagógico para nuestras aulas, así como mejorar la segmentación de los grupos de interés dentro de los centros educativos. Debemos implementar tecnología en nuestros centros educativos para escuchar al alumno (como foros de antiguos alumnos, rastreadores de palabras clave en redes sociales y buscadores, juegos interactivos en nuestra web o análisis de la experiencia del usuario en la web).

- Marketing web: en este aspecto incluiremos todas las mediciones que tienen como objeto estudios de marketing y análisis de comportamiento. Hay que destacar los mapas de calor basados en el rastreo del movimiento del cursor por parte de los usuarios de una web, en la detección de la posición en las páginas de los centros, o el seguimiento del desplazamiento vertical. Podremos así conocer el interés de cada usuario por determinadas partes de nuestra web y puntos conflictivos donde el alumno pierde el interés por nuestros servicios.

El resto de las fuentes por los que accedemos a datos masivos son:

- Entre máquinas: conocido como M2M, que viene del inglés “machine to machine”. Así podemos destacar termómetros, parquímetros, GPS, teléfonos móviles, etc.

- Biométricas: los datos que tiene como origen artefactos como sensores de huellas dactilares, escáneres de retina, lectores de ADN, sensores de reconocimiento facial o reconocimiento de voz.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.5 Mercados estratégicos para el sector ELE en la era pos-COVID

Una de las preocupaciones[11] de nuestros centros federados en relación con el desarrollo de sus estrategias de marketing es determinar qué mercados serán aquellos que se activen antes tras la pandemia provocada por el COVID-19 y que, por tanto, serán objeto de sus campañas de comunicación.

Debemos tener en cuenta a la hora de realizar planes estratégicos de cara a 2021 los diferentes períodos de vacunación de los países extranjeros, así como el momento pandémico que vivan estos. Se ha demostrado una cierta relajación del virus en las etapas estivales del año, por lo que debemos también hacer coincidir nuestras campañas con estos momentos cruciales para la apertura de corredores turísticos entre países.

Es importante que analicemos la situación de los mercados emisores tradicionales y que sepamos encontrar puntos de atracción con nuevos países para aprovechar este reinicio del sector. En este aspecto, cabe destacar que la crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19 no es una crisis sistémica de los mercados o de estructuras financieras obsoletas; sino una coyuntura especial que ha llevado a miles de personas a perder su trabajo. Esta crisis tendrá sus repercusiones durante años, con un crecimiento paulatino a medida que se recupere la normalidad. No obstante, sin desmerecer el drama social que provoca esta crisis, es importante marcar que una vez se alcance la inmunidad de la sociedad, se espera un crecimiento rápido y acelerado de las economías mundiales, tal y como se venía experimentando en los últimos años.

A pesar de la grave crisis económica que vivimos, denominada ya como 'El Gran Confinamiento'[12] con una caída del PIB mundial del -3% este año (la mayor caída registrada desde la Gran Depresión que arrancó en el 1929), los daños económicos de esta crisis sanitaria no tendrán la misma intensidad en todos los países.

Son 39 los países que según el Fondo Monetario Internacional esperan un crecimiento económico en este 2020, entre ellos encontramos: Guyana con un crecimiento del PIB del 52,8% (por las nuevas explotaciones de petróleo encontradas en los últimos meses), Sudán del Sur, Benin, Uganda, Ruanda, Etiopía, Senegal, Guinea, Costa de Marfil[13], etc.

Sin perder de vista que, a pesar de experimentar caídas significativas en 2020, las principales economías mundiales seguirán siendo China, Estados Unidos, Alemania y Japón. Según los datos del Foro Económico Mundial destacar cómo India ha superado a Francia en términos nominales con una economía de US$ 2.6 billones, que es aproximadamente el 3,3% del total mundial. Brasil superó a Italia en la clasificación del PIB. Turquía ha superado también a los Países Bajos para convertirse en la 17ª economía más grande del mundo, y Arabia Saudita ha superado a Suiza para reclamar el puesto 19.

Esto nos puede dar una idea de los cambios que debemos realizar a nivel de estrategia y aplicación de acciones de comunicación ya que los mercados con crecimientos positivos en el 2020 y aquellos con economías más sólidas serán los que antes recuperen sus estados económicos pre-pandémicos.

[11] Así se destaca de un proceso de encuesta desarrollado por la Federación a la hora de determinar los temas de formación a tratar en la Semana Digital del Español celebrada del 23 al 27 de noviembre de 2020, donde participaron un total de 65 centros de los cuales el 85% determinó su preocupación en este aspecto. el Instituto Cervantes.

[12] Acuñado así por el fondo Monetario Internacional (FMI) en el mes de abril

[13] Puede encontrar el listado completo en la dirección web:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/04/14/economia/1586882682_171843.html [Último acceso: 30/12/2020]

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.5 Mercados estratégicos para el sector ELE en la era pos-COVID

Debemos también destacar la necesidad de alinear nuestros planes estratégicos como centros educativos a las políticas públicas realizadas por entidades turísticas, de comercialización e internacionalización de empresas. Es importante alinear nuestras acciones a las estrategias de Turespaña para conseguir el mayor rédito posible de las acciones de los centros, así como aprovechar los canales desarrollados por esta entidad y por otras como ICEX[14].

También cabe destacar que nuestras estrategias deben dirigirse a aquellos mercados en los que seamos más atractivos turísticamente hablando, es importante crear tablas decisionales donde podamos contraponer las variables turísticas del destino en el que se encuentra el centro ELE, los perfiles de estudiantes buscados por el centro, frente a las características de demanda de los países emisores, así como las variables sociodemográficas de los posibles alumnos de esos países.

Según Manuel Ángel Santana Turégano[15], de la Universidad de La Laguna: "La segunda respuesta a la cuestión de por qué viajan los turistas hacia España sería para obtener beneficios psicofísicos que solo se pueden lograr cuando salimos de nuestros lugares de residencia habitual. Para las teorías y modalidades en que el turismo se entiende como "reparación de los daños causados en la producción" los beneficios que se pueden obtener con la práctica del mismo son de carácter higiénico-sanitario-psicológico. La práctica del turismo, en la medida en que implica una ruptura con los entornos de residencia habituales, ayuda a recuperar el equilibrio psicofísico, que se va deteriorando con el trabajo cotidiano. Además, en la medida en que este tipo de turismo se da entornos cuyas características naturales y climáticas tienden a ser significativamente distintas a las de los lugares de residencia habitual, el viaje turístico se tiende a asociar a beneficios para la salud."

Según las líneas anteriormente expuestas, los centros deben saber dirigir sus acciones a localizaciones donde se encuentren alumnos más sensibles a querer las variables que reúne su localidad.

Es importante, como indicábamos anteriormente, hacer uso de las campañas turísticas y ser partícipes de ellas. Como ejemplo la relación que FEDELE Comunidad Valenciana tiene con la Consejería de Turismo del gobierno valenciano, en la utilización de vídeos, en el desarrollo de estrategias conjuntas, así como en la participación de los estudiantes en actividades promovidas por esta entidad pública. Es importante esta cuestión, tal y como remarca Alfonso Varga[16], de la Universidad de Huelva: *"Hacernos de los logos de entidades públicas y hacer un uso de él en los mercados que veamos convenientes. Todos debemos asumir el rol de vendedores de nuestro destino. Su marca y eslogan deberían ser el de todos y acompañarnos (haciéndolos visibles) en nuestras diversas actividades, aunque no estén directamente ligadas al turismo. Del mismo modo que el recepcionista de un hotel no es solo eso, sino también un vendedor de su empresa, y el camarero de un restaurante no es solo eso, sino también un vendedor de su empresa, los residentes en un destino deben ser vendedores de este. Se necesita el apoyo de todos para vender el destino en un contexto de recursos financieros excepcionalmente escasos, pero también de liderazgos que motiven a ello."*

[14] ICEX Expaña Exportación e Inversiones es una entidad pública empresarial española, de ámbito estatal, que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas, para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto, y fomentar la atracción de inversiones extranjeras a España. Adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

[15] Extraído de la publicación: "Turismo pos-COVID-19 – Reflexiones, retos y oportunidades 2020' de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de la Laguna.

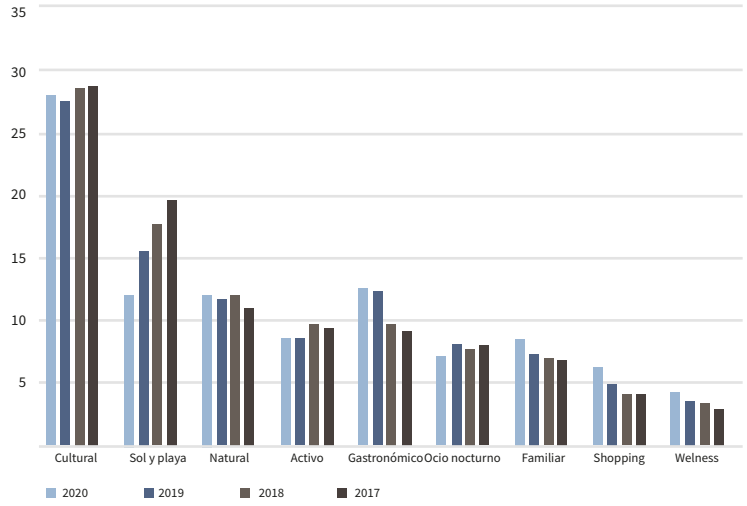
[16] Extraído de la publicación: "Turismo pos-COVID-19 – Reflexiones, retos y oportunidades 2020' de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de la Laguna.

7.5 Mercados estratégicos para el sector ELE en la era pos-COVID

La creatividad y los nuevos productos serán necesarios y obligatorios en la nueva era pos-COVID-19. Debemos pensar en nichos de mercados, aunque no sean amplios, y hacerlos crecer con creatividad y traspaso de estudiantes. El punto concreto de las acciones de marketing, publicidad y promoción nos ayudarán a entrar en mercados más competitivos y especializados. Debemos destacar la extrema importancia que la creatividad y la innovación tienen en este nuevo escenario (nuevas experiencias cautivadoras, nuevas colaboraciones dentro de la cadena de valor turística, nuevas soluciones tecnológicas, etc.).

En la siguiente tabla podemos observar la evolución del interés hacia los diferentes Productos Turístico (Fuente: Mabrian Technologies).

Gráfico. Evolución del interés hacia los diferentes productos turísticos (%)



Podemos observar como los productos de salud, compras, viajes familiares y ocio gastronómico han subido en detrimento del turismo de sol y playa, o el turismo activo.

Entre las nuevas tendencias, las ciudades secundarias serán más atractivas para los visitantes, que tenderán a huir de espacios masificados, según las previsiones de los expertos que participaron en la mesa redonda "Turismo Urbano vs COVID-19, ¿cómo gestionar el presente y futuro inmediato?" que formó parte de la Jornada Hosteltur - Las Palmas de Gran Canaria celebrada en formato virtual el 12 de noviembre de 2020.

Entre las nuevas exigencias que este tipo de turismo requerirá a partir de ahora, Marián Muro destacó que se va a valorar mucho la seguridad sanitaria, por lo que la capacidad de atención médica del destino va a ser un factor muy apreciado. El control de aforos va a ser también una práctica habitual y, en consecuencia, las herramientas para gestionar la capacidad van a tener un papel fundamental, ya que permiten conocer la afluencia de visitantes a un lugar e incluso sugerir espacios alternativos para reducir las aglomeraciones.

Además, se mostró convencida de que las agencias de viajes volverán a tener un papel importante porque hay un determinado cliente que va a necesitar un mayor asesoramiento, que se le transmita confianza y se le ofrezca detallada información sobre las medidas de seguridad seguidas en un enclave concreto.

También destacó que "se va a huir de densidades" y, por tanto, van a tener más facilidades las ciudades medianas que las grandes, así como el transporte privado, que tendrá más recorrido que el público a corto plazo.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.6 Políticas, planes y estrategias públicas para reactivar el sector ELE en nuestro país

Como hemos venido remarcando en nuestro informe la colaboración público-privada es inequívocamente uno de los pilares en los que se debe construir el nuevo sector ELE de nuestro país. Por ello, desde la Federación hemos apostado por fomentar nuestras relaciones con entidades e instituciones tanto españolas como del exterior para poner en valor nuestro trabajo y el de los centros federados; pero también para aportar mayores herramientas de formación, seguridad en los servicios que ofrece el sector y la capacidad de expandir las acciones de promoción y marketing.

Uno de los esfuerzos realizados por la entidad federativa en estos últimos meses de 2020 es la consideración del sector ELE en nuestro país como parte de la cadena de valor del turismo, reforzando la posición del turismo idiomático como producto turístico de nuestro país. En este aspecto, cabe destacar el apoyo explícito recibido por parte de Turespaña y la Mesa de Turismo[17] a la enseñanza ELE en nuestro país con la elaboración de dos cartas públicas mostrando a las escuelas de español como parte de la cadena de valor del turismo en España.

Sendas cartas nos hacen contemplar un horizonte optimista en cuanto a la colaboración entre la Federación y entidades que ayuden a potenciar el sector en todos los niveles.

Es importante que durante la recuperación de los próximos meses y la construcción de un nuevo modelo en el sector ELE de nuestro país, el turismo idiomático y la enseñanza ELE sean consideradas como un complemento a las políticas turísticas de nuestro país. Según las Iniciativas Estratégicas de País, presentadas por la CEOE[18], debemos fomentar como país aquellos productos y segmentos en los que España sea, o tenga la capacidad de ser, líderes mundiales. En este aspecto, consideramos que contamos con todas las variables (culturales, históricas y nativas) para considerarnos líderes mundiales en los viajes realizados de forma internacional para aprender español.

Así lo muestra no solo los datos del Informe Sectorial desarrollado por FEDELE durante los últimos años, sino también por la presencia de instituciones españolas que cuentan con sedes repartidas por todo el mundo, fomenta las inmersiones lingüísticas hacia nuestro país, siendo este un sinónimo de seguridad y calidad en la enseñanza.

Por este motivo, debemos trabajar en potenciar nuestra posición privilegiada en el mercado para remarcar el sector como un gran potencial para el país. El conocimiento de nuestra actividad, la presencia de marca y la colaboración en estudios e informes pueden ayudar a que las inmersiones lingüísticas sean vistas por las entidades públicas y la opinión ciudadana como una apuesta de valor.

La transición digital de las escuelas es una tarea ineludible en la era pos-COVID-19, siendo un proceso que se ha acelerado en los últimos meses. Además, esta transición digital nos debe servir para ofrecer una educación y enseñanza ELE más inteligente, con uso de tecnologías que se adapten a las necesidades de los alumnos, con una evolución hacia la gamificación del aula y centros altamente especializados. A esta cuestión se le debe añadir también un turismo más especializado que demanda nuevas herramientas y formas de atraer a los alumnos hacia nuestras aulas. Todo esto sin perder de vista la especialización dentro de las aulas, que requieren nuevas formas de ofrecer metodologías con las que sorprender al alumno en su proceso de aprendizaje.

[17] La Mesa de Turismo es un grupo de encuentro, diálogo y creación de estados de opinión formado por medio centenar (2020) de destacadas personalidades, empresas y profesionales del sector privado turístico español.
[18] Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) es una organización empresarial española fundada en junio de 1977 que representa a empresarios españoles, integra a empresas públicas y privadas de todos los sectores de actividad.

7.6 Políticas, planes y estrategias públicas para reactivar el sector ELE en nuestro país

En este aspecto de la transición digital, debemos coger las oportunidades que el Gobierno Central y los gobiernos autonómicos realizarán en los próximos meses a modo de subvenciones y ayudas, ya que ha sido uno de los principales valores en los que se quiere articular la reactivación y la recuperación del país. Por ello, será necesario la creación de planes de transición digital y puntos de mejora de los centros en términos virtuales para llegados el momento saber integrar esos procesos en las actividades diarias.

En otro aspecto, debemos destacar el deporte como motor de desarrollo económico y social, según plantea la CEOE en sus 21 Iniciativas estratégicas de país para la recuperación y transformación de la economía española (2021-2026); es un pilar que no deberíamos desaprovechar a la hora de crear nuevos productos de inmersión lingüística. Además de ser un punto muy valorado por el mercado internacional, es también un sinónimo de vida sana que de ser bien utilizado en la comunicación puede denotar valores como salud, esfuerzo, sacrificio y espíritu de equipo. Aprovechar la posición que nuestro país ha conseguido a nivel deportivo puede ser un gran punto de atracción para nuevos alumnos internacionales en nuestras aulas.

El turismo encuentra en España una gran implicación por parte del Gobierno Central y los gobiernos autonómicos, dado que la política turística en nuestro país, pero también en muchos de nuestro entorno, se construye desde un referente muy concreto: el turismo se considera una actividad económica muy relevante en términos de aportación al PIB y en generación de empleo (Velasco, 2020). Es por ello que se estima un apoyo de las administraciones al sector en los próximos meses.

Es el momento de arreglar los problemas estructurales del turismo añadiendo nuevos productos, como el turismo idiomático. Es importante que las administraciones comprendan el valor de este punto de atracción de la labor que los profesores hacen como docentes enseñando la lengua española en nuestro país. Debemos perseguir ayudas, apoyos del sector y el respaldo de las administraciones públicas en todos sus niveles: desde las entidades locales, ayudando específicamente a los centros en la promoción, colaboración y comunicación de actividades; hasta las entidades centrales y dependientes del Gobierno Central, que ayuden con políticas expansivas, subvenciones, etc.

Esto nos ayudará a acabar con lo que ya señalaban los propios actores turísticos en 1973 de una “cuádruple concentración” provocada por el modelo turístico español: concentración de la oferta, muy orientada al producto sol y playa; concentración temporal, puesto que el producto básico requiere un clima que se da en los meses de verano, que es también cuando se concentran los periodos de vacaciones; concentración espacial, ligada a los territorios de costa y concentración de la demanda, con una muy alta dependencia de dos mercados emisores concretos (III Plan de Desarrollo. Comisaría del Plan de Desarrollo, 1973:16).

También debemos destacar en estas líneas la cooperación con los ministerios del Gobierno de España. En este aspecto, se deben crear nexos de unión más fuertes con ministerios y delegaciones de gobierno para conseguir mayor presencialidad. En concreto, existen varias problemáticas que deben solucionarse con ministerios concretos:

- Ministerio de Educación: Existe una problemática con los estudiantes que desean realizar una carrera en España ya que no todas las universidades españolas exigen el mismo título de idioma para la realización de sus estudios. Creemos importantes homogeneización y que el diploma de español DELE sea el documento acreditativo de este conocimiento de nuestro idioma.

- Ministerio de Asuntos Exteriores: La problemática existente con las Embajadas (tratadas ya en este informe) y que debemos solucionar si queremos fomentar el estudio del español en España.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.7 El papel que juega las entidades asociativas en la nueva era pos-COVID

La necesidad de perfiles de liderazgo dentro del sector ELE en España y en el resto del mundo nos lleva a preguntarnos cuál es el papel que desarrollarán las entidades asociativas en la nueva era tanto dentro como fuera de nuestro país.
Nos referimos a liderazgos no solo de las entidades asociativas, pedagógicas y lingüísticas; sino liderazgos que pongan de relieve todas las dimensiones del aprendizaje ELE en el mundo, el valor del español, el valor económico de nuestra actividad y las capacidades de crecimiento que somos capaces de generar en un futuro.

La creación de entidades transversales que potencien todos los niveles del aprendizaje ELE, desde el punto de vista privado, público y universitario. Uniendo así esfuerzos desde todos los escenarios, en un foro de debate abierto con liderazgos claros que pongan sobre la mesa problemas estructurales del sector y la necesidad de objetivos compartidos.

Es importante las uniones, conferencias, ciclos y mesas redondas que se puedan generar en torno a puntos de vista diferentes. El aprendizaje de diferentes realidades, el apoyo mutuo y la concepción de beneficio común; hará necesaria la creación de entidades globales que luchen por la integración de los centros en una entidad común.
Cabe destacar también que la importancia de que los centros privados participen de forma activa en las asociaciones regionales que componen la Federación de escuelas de español en España radica en el necesario punto de unión que se forja junto con la pandemia.

La competencia debe pasar a entenderse como un colaborador en las estrategias conjuntas de sector, la disminución de coste y el establecimiento de pautas que articulen el resto de acciones a nivel regional y nacional. Aquellos centros que cumplan con los requisitos pero no formen parte de las corrientes asociativas, perderán los puntos de colaboración mutua, la ayuda y la voz dentro de los cambios necesarios que experimentará nuestro sector, la economía y el país en los próximos años.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.8 La nueva era pos-COVID y cómo puede afectar a los centros ELE

La pandemia acaecida en el año 2020, y extensible a gran parte del año 2021, ha acarreado problemas significativos en el largo plazo pero también un cambio sustancial en la estructura social de nuestro planeta. Esta crisis más allá de acabar con procesos que se estaban desarrollando los ha acelerado. Ejemplo de ellos son la digitalización, la globalización y el envejecimiento de la población.

Además, el reto mundial que ha supuesto el COVID-19 ha puesto de relieve la necesidad de desarrollar planes específicos para otros retos que tendrán lugar en las próximas décadas como el cambio climático, y los refugiados que se provocarán por este proceso, la escasez de bienes de consumo o el uso excesivo de combustibles fósiles.

En las próximas líneas vamos a ver estos cambios o aceleraciones a nivel global para configurar el escenario en la nueva era pos-COVID-19 y cómo estos pueden afectar a los centros de enseñanza del español en nuestro país y en todo el mundo.

El envejecimiento de la población

Según la Organización Mundial de la Salud, entre 2015 y 2050 la proporción de la población mundial con más de 60 años pasará de 900 millones hasta 2000 millones, lo que representa un aumento del 12% al 22%. Esto viene provocado por el aumento de la esperanza de vida a nivel global y con la reducción de la tasa de natalidad en las últimas décadas, que se acentúa en este año 2020 donde se repetirá patrones similares a anteriores crisis como la de 2008.

En el caso de España, en 2019 la diferencia entre fallecidos y nacidos fue negativo y su cuantía fue de 57.000 personas (según datos del Instituto Nacional de Estadística) . Valor que se acentuará en el 2020 por el efecto de la mortalidad y en 2021 por el de la natalidad. Además, la pandemia también está afectando a los tráficos migratorios que afectará a nuestro país negativamente con menos trabajadores y nacimientos (las madres de origen extranjero representan en España el 20% de los nacimientos).

A pesar de los cambios estructurales y económicos que tendremos que generar como sociedad para dar cobertura a unos ciudadanos más longevos (mayor nivel asistencial, empresas dedicadas a nichos de mercado muy concretos y segmentados por edad, cambios en la estructura de pensiones…), la longevidad es un hecho positivo, una conquista social que permite a más gente vivir más años y en condiciones mejores.

Se deben desarrollar políticas a nivel nacional e internacional por parte de los gobiernos centrales para incentivar la natalidad y realizar los cambios estructurales de país que se necesiten. Es importante que se aborde esta cuestión sin ambages por parte de la comunidad política.

En nuestro caso, el envejecimiento de la población requerirá de nuevos planes de estudio y nuevos productos dedicados a sectores concretos de la población. La segmentación por parte de los centros educativos debe realizarse en base a diferentes grupos de edad, desterrando la idea de grupos ‘Senior’ para todos aquellos mayores de 50/55 años. Debemos tener en cuenta que al ampliarse el número de personas que conforman estos conglomerados de edad, requeriremos de productos más específicos y probablemente acciones segmentadas para captarlos como alumnos.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.8 La nueva era pos-COVID y cómo puede afectar a los centros ELE

La evolución al marketing 4.0: La Responsabilidad Social Corporativa y el Big Data

Como ya se ha mencionado con anterioridad, la responsabilidad social corporativa (RSC) será una de las grandes estrategias que deberán implementar los centros de educación para aprovechar los réditos que esta darán a sus marcas empresariales.

En un mercado cada vez más especializado y con una competencia mayor, los centros de enseñanza de la lengua española deben buscar nuevas estrategias y acciones que lo posicionen por delante de otras. En este aspecto, debemos destacar el éxito que ha tenido estrategias de marketing basadas en el RSC en otros sectores como el sanitario, el odontólogo o el estético.

Con la pandemia de COVID-19, los ciudadanos están más comprometidos con el cuidado del medioambiente y con el consumo en empresas responsables. Esta responsabilidad va más allá de la simple solidaridad con grupos de población en riesgo de exclusión, ya que abarca el compromiso medioambiental, la reducción de la huella de ozono, la igualdad social, la no exclusión por motivos de sexo o género, así como por la lucha de los derechos de los trabajadores, la conciliación familiar y la motivación personal de las personas.

En este aspecto, los centros ELE en nuestro país deben dar un paso hacia entidades más responsables con el entorno y mostrarlo en sus campañas de comunicación, avanzando hacia una evolución del marketing 3.0 (el que hemos denominado un marketing digital, centrado en la comunicación bidireccional y en los nichos de mercado) al 4.0 (que se destaca por una comunicación omnicanal, el desarrollo de la ética empresarial y la creación de valores).

El segundo factor que destaca en esta evolución de las estrategias de marketing es el uso masivo de datos y del internet de las cosas. Es imprescindible, como ya se ha hecho destacar en otros puntos de este informe, que fomentemos el uso de datos en las herramientas digitales existentes, poniendo de relieve las diferentes variables que conforman a nuestro estudiante para aportarle más y mejores servicios educativos.

Relacionado con este aspecto está la transición energética que se realizará en los próximos años y para la que deben estar preparados los centros de enseñanza ELE en nuestro país.

La cuarta revolución industrial y cómo puede afectar a la enseñanza y sectores educativos

Según el Dr. Kalus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) y autor del libro The Fourth Industrial Revolution, una revolución industrial se caracteriza por el surgimiento de “nuevas tecnologías y maneras de percibir el mundo que impulsan un cambio profundo en la economía y la estructura de la sociedad”.
Por lo tanto, es posible identificar diferentes períodos revolucionarios en la sociedad y la industria:

- Primera Revolución Industrial: energía basada en el vapor
- Segunda Revolución Industrial: era de la ciencia y la producción masiva alimentada por la electricidad
- Tercera Revolución Industrial: fomentada por la computación y las tecnologías digitales

7.8 La nueva era pos-COVID y cómo puede afectar a los centros ELE

- Cuarta Revolución Industrial: costo decreciente de la computación y los dispositivos conectados, facilidad de implementación de algoritmos de IA, robótica, etc.

Aunque la cuarta revolución industrial es un proceso que viene fraguándose desde hace unos años (inteligencia artificial, robótica, cadena de bloques, etc) en el último año se ha visto acelerada por las consecuencias de la pandemia. Muchos de los expertos en esta materia establecen el inicio de esta cuarta revolución en el año 2020, haciéndola coincidir con el momento que vivimos. Como indica Piero Gayozzo del Instituto de Extrapolítica y Transhumanismo de la Sociedad Secular Humanista de Perú, la pandemia coincide con el inicio y desarrollo de una serie de transformaciones sociales caracterizada por la aparición y mayor uso de nanotecnologías, biotecnologías, tecnologías de la información y de las ciencias cognitivas.

De las estadísticas que se desprenden en este aspecto se destacan, según el artículo editado por Salesforce[19], las siguientes:

- En 2017, más de tres millones de personas se conectaron a Internet y más de dos mil millones utilizaron Facebook;
- Algunas predicciones muestran que en el 2020 será más común que las personas tengan teléfonos celulares que electricidad o agua en sus casas;
- Los niños nacidos en el 2017 quizás nunca conduzcan un auto y deberán utilizar robots para las tareas cotidianas;
- Los niños de hoy se verán beneficiados por el efecto combinatorio del mundo biológico, físico y digital. Participarán en los avances científicos, médicos y tecnológicos que convergerán para eliminar enfermedades;
- 60 años después del inicio de la revolución digital (la tercera revolución industrial), aún nos estamos acostumbrando al hecho de que las computadoras están cambiando el mundo, pero la Cuarta Revolución Industrial está transformando la forma en que los seres humanos viven, trabajan y se relacionan;
- Con la conectividad omnipresente, la transformación está sucediendo más rápido que cualquiera de las demás revoluciones industriales.

Esta revolución industrial tendrá su representación en los centros educativos por la irremediable digitalización de las aulas, el uso de dispositivos digitales para la realización de tareas e incluso exámenes oficiales. Acciones y procesos que deben ser adaptados y que deben contar con una rápida adaptación por parte de las instituciones y organismos implicados.

[19] SalesForce Latinoamérica. Artículo disponible en [Último acceso: 04/01/2021]: https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/4/Que-es-la-Cuarta-Revolucion-Industrial.html

7.9 Listado de pautas a desarrollar en 2021 para enfrentar la era pos-COVID

- Será necesario más seguridad en contratos, seguros y responsabilidades. Es importante contar con equipos legales de asesoramiento y gestión en momentos de crisis.
- Se deben crear mecanismos específicos de apoyo a las empresas del sector, para no solo paliar los efectos causados por la pandemia de COVID-19 sino para incentivar la inversión en nuevos programas, mercados y acciones de promoción.
- Debemos revisar las políticas de cancelaciones considerando los derechos de los estudiantes y la necesidad de liquidez de los centros.
- Actualizar los protocolos proporcionados por FEDELE de seguridad e higiene en el aula para reducir los riesgos en la cadena de valor y en cada etapa del aprendizaje del alumno.
- Debemos suministrar información clara a los viajeros sobre las medidas existentes en los destinos, en los centros y en los entornos.
- Ofrecer información clara a los viajeros sobre lo que pueden esperar (derechos y garantías si enferman durante el viaje o en el destino).
- Centrarnos en una comunicación humanizada (base del marketing 4.0): empatía, consuelo y conexión.
- Crear campañas de comunicación orientadas a forjar confianza, con respecto a medidas de seguridad adoptadas por los centros educativos.
- Establecer mecanismos para la colaboración público-privada en la definición e implementación de los protocolos relativos a la salud.
- Compartir conocimientos y buenas prácticas.
- Establecer la formación necesaria para todos los niveles de la escuela en el sentido de eficiencia, cooperación y responsabilidad social.
- Adoptar políticas nacionales que apoyen a la transformación digital de los centros, los destinos y sus profesores.
- Incluir nuevos perfiles dentro de los centros educativos (o como externos) ciberseguridad, análisis de macrodatos, ciencia de datos, etc.
- Proporcionar más y mejor formación y organizar cursos online para mejorar la cualificación del personal.
- Promover retos nacionales para alentar y premiar a los centros que propongas soluciones, cursos y acciones innovadoras.
- Innovar en modelos de comunicación, negociación y experiencias.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.9 Listado de pautas a desarrollar en 2021 para enfrentar la era pos-COVID

- Acelerar la transición a una economía circular en la cadena de valor del turismo.
- Transición a un turismo más eficiente en el uso de los recursos y con menores emisiones de carbono que pueda mitigar la crisis climática.
- Construir un sector más sostenible y responsable.

Este listado que hemos presentado, estará en continua revisión para que los centros federados, nuestros colaboradores y cualquier implicado en el sector ELE en el mundo pueda conocer los retos a los que se presenta el sector en los próximos meses según nuestro punto de vista como Federación española.

A todos estos retos hay que sumarle aquellos que ya heredaba el sector de la era pre-COVID-19; problemas que el sector tiene pendientes desde principios de la década del 2000 y que deben ser solucionados en los próximos años.

Como venimos indicando, desde la Federación consideramos que estos retos, pautas u objetivos no han sido provocados en su totalidad por la pandemia de COVID-19 (aunque muchos de ellos viven un proceso de aceleración en los últimos meses), pero que deben ser abordados en estos momentos. Nos encontramos en un punto de inflexión dentro del crecimiento y la profesionalización constante del sector; y aprovechar este punto para realizar cambios estructurales es la mejor idea que como profesionales dedicados a la enseñanza ELE podríamos hacer.

Tras este informe y con las aportaciones que ya se han realizado desde muchos actores dentro del sector, desde la Federación de asociaciones de escuelas de español como lengua extranjera en España impulsaremos el proyecto para la realización del **Plan Estratégico del Turismo Idiomático en España 2021-2026** que pretende contar con el máximo número de participantes en su desarrollo. En este plan estratégico se asentarán las bases del sector, se hará frente a todos estos retos expuestos y se creará las estrategias promocionales y de marketing que necesita el país para consolidar su posición internacional en los próximos años.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.10 Análisis de los desafíos del español como recurso económico durante las últimas dos décadas

La sostenibilidad económica de los centros de enseñanza

Desde el año 2000, el sector de las escuelas de español se ha visto sometido a una serie de desafíos y cambios que han ido modificando el modelo de negocio hasta la actualidad. Estos cambios no son más que un reflejo de lo sucedido en la forma de consumir y de evolucionar en las sociedades.

El sector de las escuelas de español en España es un sector maduro en el que muchos de sus centros pasan tranquilamente los 30 años de vida. Sin embargo es en los últimos 15 donde se acumulan la mayoría de los cambios que han obligado a los centros a cambiar su modelo de negocio. Si bien los últimos años del siglo sirvieron para profesionalizar el sector y darle un ritmo y un tono vigoroso a sus centros, las pautas y normas de comercialización se cimentaron sobre bases endebles y necesitan de una revisión para que permitan la supervivencia del sector.

Así, mientras el número de escuelas crecía en todos los destinos, los centros se vieron obligados a diferenciarse siendo la calidad de la enseñanza una de las puntas de lanza y la acreditación, la forma de certificarlo.

Por otro lado, una de las formas de comercialización más importantes para muchas escuelas, las agencias internacionales, comenzó a presentar problemas ante la puja en alza de comisiones, provocado por un aumento en la oferta de centros otorgándoles un gran poder que en muchos casos no se corresponde con el valor concedido a cambio. Este problema impacta en el margen de muchos de los centros que por un lado tienen que en calidad para diferenciarse, por otro pagar más a las agencias para ser elegidas y finalmente empezar a competir contra el comercio electrónico y la socialización del consumo (el fenómeno “low cost”).

Todo esto se fragua bajo un contexto de crisis financiera que perdura desde 2008 y amenaza con convertirse en un problema crónico de nuestro país, que acarrea problemas para las empresas (incluídos los centros de español como lengua extranjera) con la subida de impuestos, debilitando aún más los márgenes de las escuelas.

Esto crea una disrupción tan fuerte en el mercado que convierte a los cursos de español en un producto que solo baja de precio durante las últimas dos décadas y que inevitablemente tiene que cubrir costes con volumen de estudiantes convirtiendo a sus plantillas de equipos docentes en equipos de marketing y ventas, rompiendo muchas veces el compromiso de calidad de la enseñanza. El estudiante, por norma general, se siente atraído por variables más visuales y comerciales que por el contenido específico de las aulas pasando a considerarse por muchos centros como clientes antes que alumnos.

Es importante que el sector no pierda su identidad por librar una batalla más comercial que pedagógica. Debemos volver a poner el acento en la calidad de la enseñanza, en los resultados de nuestros alumnos más haya de los objetivos de ventas. Los profesores deben resituarse como lo que son: formadores, animadores y agentes catalizadores para el aprendizaje de un idioma; y dejar de ser agentes comerciales de los centros.

Este cambio de paradigma no entra en conflicto con la existencia de equipos de marketing y promoción en los centros educativos pero es en el objetivo organizacional y sectorial donde debemos cambiar las bases para una regularización de márgenes, precios y calidad.

7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.10 Análisis de los desafíos del español como recurso económico durante las últimas dos décadas

El intrusismo laboral dentro de la enseñanza del español como lengua extranjera

En los últimos años el sector ELE ha visto un aumento del número de personas que ofrecían sus servicios como profesores de español tanto en España como en el resto del mundo. La posibilidad de realizar estas sesiones de aprendizaje por vías telemáticas ha propiciado este fenómeno y se han creado un gran número de empresas oferentes de servicios de aprendizaje ELE.

En este aspecto, no todos proyectos profesionales ELE deben verse como intrusismo laboral pero sí debemos destacar la proliferación en los últimos años de personas que solo con el hecho de ser nativos se ofrecen como profesores de español tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Estos profesionales deben contar no solo con conocimientos de la lengua, sino también con unos conocimientos sobre pedagogía, metodologías, creación de material y gestión de aulas que en muchos casos es inexistente.

Por ello, apostamos por la profesionalización curricular como distintivo de calidad de nuestros profesionales y la acreditación de centros para apostar por la calidad de la enseñanza en nuestro sector.

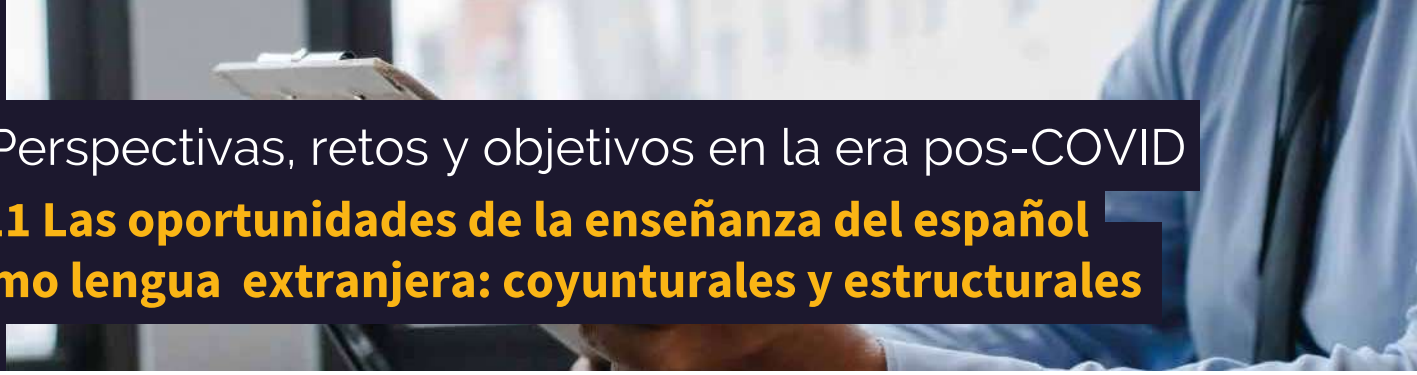
La falta de credenciales de los centros educativos en línea

La última década ha puesto sobre el tablero nuevas modalidades de aprendizaje a las que no podemos, ni debemos, dejar de lado. En este aspecto cabe destacar la formación en línea que ha propiciado la aparición de decenas de proyectos empresariales basados en este canal. Estas escuelas digitales cuentan con ventajas empresariales al tener menores costes que permiten ofrecer servicios que compiten en precio con los centros educativos tradicionales.

Estos centros, al contrario que los físicos, no tienen credenciales de calidad a las que acceder y que les otorgue un certificado de calidad de sus servicios. En este aspecto, la preocupación del sector viene referida a la calidad no contrastada que estos centros pueden estar dando a alumnos de todo el mundo y que pongan en peligro el trabajo de muchos otros profesionales que bajo sus membresías y certificados dan buena cuenta de la calidad de sus aulas.

La estacionalidad del sector en España

Otro de los desafíos a los que se enfrenta el sector y contra el que se lleva luchando bastantes años, es la estacionalidad de la enseñanza del español como lengua extranjera en nuestro país. En este aspecto, es importante que los centros sigan apostando por la creación de productos combinados, clases especializadas y la búsqueda de estudiantes que deseen otras variables de las inmersiones lingüísticas.



7. Perspectivas, retos y objetivos en la era pos-COVID

7.11 Las oportunidades de la enseñanza del español como lengua extranjera: coyunturales y estructurales

Oportunidades coyunturales para 2021

Como ya indicábamos en el Informe Sectorial 2019 de FEDELE, la salida de Reino Unido de la Unión Europea puede ser una gran oportunidad para que las instituciones comunitarias apuesten por el español como una de las lenguas principales de la institución. Esto nos ayudará a la creación de mayores puestos de trabajo dedicados al español y mayor interés por parte de Europa de nuestro idioma.

Además de los cambios comunitarios que podremos observar en los siguientes años, también debemos indicar que la posición política de nuestro país en las instituciones hace que el valor del español suba, al presentarlo como un idioma más profesional y en crecimiento.

También hemos desarrollado en otros puntos del presente informe las oportunidades que la pandemia de COVID-19 puede provocar en centros educativos como la mejora curricular de la población ante la pérdida de puestos de trabajo. Será tarea de los centros el crear cursos y productos combinados para captarlos como alumnos.

Oportunidades estructurales

Dentro de las oportunidades estructurales que nos presenta el sector para los próximos meses y en relación a lo expuesto en el punto 7.10 del presente informe; el fenómeno de servicios “premium” que inunda en estos momentos todas las páginas webs de las escuelas digitales abre la oportunidad de volver a unos servicios más profesionalizados, regularizados y cuya base sea la calidad de la enseñanza. En definitiva, volver a establecer el precio del curso basándonos en lo que realmente cuesta generarlo.

El importante crecimiento del interés por nuestro idioma que expresan alumnos de todos los continentes nos servirá de oportunidad para ofrecer nuevos puntos de atracción y mayor número de alumnos en nuestras aulas. Procesos como la interculturalidad, la igualdad y la apertura de nuestros centros a través de los canales digitales nos ayudará a generar más interés por el aprendizaje de nuestro idioma, que se traducirá en riqueza cultura, económica y social para el mundo.