Informe Sectorial FEDELE 2022

Informe Sectorial desarrollado por FEDELE (Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera), en colaboración de todas las Asociaciones Españolas de Español en España y sus escuelas. El presente documento se presentó en Madrid el 1 de marzo de 2023. Todos los datos están actualizados a dicha fecha. Para divulgar el presente documento, se debe dar crédito y mencionar a los organismos que desarrollan el presente informe.
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE ESCUELAS DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA, FEDELE

Presidenta
Begoña Llovet Barquero
Vicepresidenta:
María del Carmen Timor
Secretario:
Miguel Ochoa
Tesorero:
Pablo Sampere
Formación:
Emilia Molero
Vocales:
Antonio Anadón (Presidente FEDELE Comunidad de Madrid)
Miguel Ángel Benito (Presidente FEDELE Castilla y León)
Arantxa Martínez (Presidenta FEDELE Barcelona)
Javier Torres (Presidente de Español en Andalucía)
Carlos Botella (Presidente FEDELE Comunidad Valenciana)
Maite López (Presidenta FEDELE Interprovincial)

«INFORME SECTORIAL FEDELE 2023»

Gerente:
David Trigo Muñoz
Redactores:
María Córdoba Laborda
Mar Rodríguez Bermejo
Eva Dueñas Racero
Francisco Gutiérrez Gámez
Coordinador y elaboración:
Daniel Escalona Sanz
Contenido

Créditos--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------- 2

1. Resumen ejecutivo ................................................................................................................................................................................................................. 6

2. Introducción ................................................................................................................................................................................................................. 9
   2.1. Saludo de Presidencia ........................................................................................................................................................................................................... 9
   2.1. Sobre el informe ..................................................................................................................................................................................................... 11

3. Estudios propios previos ........................................................................................................................................................................................................ 12
   3.1. Estudio del entorno ........................................................................................................................................................................................................ 12
       3.1.1. Estado de la economía mundial ............................................................................................................................................................................................ 12
       3.1.2. Evolución de la economía española en 2022 ......................................................................................................................................................... 13
       3.1.3. Entorno sociocultural .................................................................................................................................................................................................. 17
       3.1.4. Entorno tecnológico ........................................................................................................................................................................................................... 17
       3.1.5. Entorno europeo .................................................................................................................................................................................................. 18
       3.1.6. El español en el mundo ...................................................................................................................................................................................................... 19
   3.2. Los microsegmentos en la enseñanza ELE ................................................................................................................................................................. 28
   3.3. Hacia nuevos proyectos y nuevas acciones ELE .................................................................................................................................................. 30
   3.4. La creación de redes institucionales como objetivo sectorial .................................................................................................................................. 32
   3.5. Los objetivos de desarrollo sostenible en el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera ................................................................................................................................................................................................. 34
   3.6. Variables en la elección del destino del turismo idiomático ....................................................................................................................................... 38

4. Sondeo para el Informe Sectorial 2022 ......................................................................................................................................................................................... 46
   4.1. Sobre la Federación de Escuelas de Español en España (FEDELE) ........................................................................................................................................ 46
   4.2. Perfil del encuestado .................................................................................................................................................................................................. 49
   4.3. Metodología de estudio .................................................................................................................................................................................................. 53
       4.3.1. Objetivo del estudio ......................................................................................................................................................................................................... 53
       4.3.2. Ámbito de estudio ..................................................................................................................................................................................................... 54
       4.3.3. Grados de incertidumbre y confianza ......................................................................................................................................................................................... 54
   4.4. Sobre los datos del Informe ................................................................................................................................................................................................ 56
       4.4.1. Evolución por años .................................................................................................................................................................................................. 56
       4.4.2. Distinción del tamaño de la escuela ......................................................................................................................................................................................... 56
informe sectorial FEDELE 2022

4.4.3. Distinción entre cursos intensivos, semi-intensivos y extensivos .......................... 56
4.4.4. Reformulación y eliminación de preguntas .......................................................... 56

5. Indicadores de mercado .................................................................................................. 58
5.1. Evolución del número de estudiantes ......................................................................... 58
   5.1.1. Resultados globales .............................................................................................. 58
   5.1.2. Resultados regionales ......................................................................................... 61
5.2. Evolución del número de semanas ............................................................................. 64
   5.2.1. Resultados globales .............................................................................................. 64
   5.2.2. Resultados regionales ......................................................................................... 66
5.3. Estudiantes individuales frente a estudiantes en grupo ............................................. 69
   5.3.1. Datos globales ..................................................................................................... 69
   5.3.2. Datos por regiones .............................................................................................. 70
5.4. Carga lectiva de los cursos seleccionados por los estudiantes ................................. 71
   5.4.1. Datos globales ..................................................................................................... 71
   5.4.2. Datos por regiones .............................................................................................. 73
5.5. Generación de riqueza .............................................................................................. 74

6. Perfil y preferencias del alumnado .................................................................................. 75
6.1. Perfil sociodemográfico ............................................................................................. 75
6.2 Preferencia en tipos de cursos .................................................................................. 80
6.3 Mercados emisores de estudiantes ........................................................................... 81
   6.3.1 Datos globales ..................................................................................................... 81
   6.3.2 Datos por regiones por número de alumnos ....................................................... 87
6.4 Preferencia en la selección de alojamientos ............................................................... 94
6.5 Vías de entrada del estudiante .................................................................................... 96
6.6. Acreditación del nivel de español tras los estudios .................................................. 98

7. Perfil de los centros federados ...................................................................................... 99
7.1 Antigüedad y tipología de los centros ....................................................................... 99
7.2 Tipos de cursos ofrecidos y rentabilidad .................................................................. 99
7.3 Capital humano de los centros federados ................................................................ 101
7.4 Oferta de alojamiento y capacidad del centro .......................................................... 103
7.5  Precios de los cursos de español y porcentaje de ingresos que representan sobre el total  
104

7.6  Gastos en comercialización y marketing ................................................................. 105

7.7  Expectativas de los centros federados y factores de incidencia en el sector ........ 105

7.8  Gestión de las incertidumbres del año 2022 ........................................................... 107

8.  Informe del Sistema de Visados FEDELE .................................................................. 108

9.  Tendencias y previsiones ......................................................................................... 111

10.  Bibliografía............................................................................................................... 112

11.  Fe de erratas ............................................................................................................. 114
El presente Informe Sectorial de la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (FEDELE) es el resultado de un sondeo realizado a los 100 centros con los que la entidad federativa contaba al cierre del año 2022. Los datos y, por tanto, las conclusiones están referidas al ejercicio de 2022. En él podemos encontrar seis partes claramente diferenciadas:

- Estudios propios que han sido realizados por FEDELE
- Datos sobre el estudio y su composición estadística
- Principales índices de mercado
- Perfil sociodemográfico de los estudiantes
- Perfil de centros federados
- Tendencias y previsiones

En cuanto a los principales índices de mercado a nivel agregado, estas son las conclusiones más reseñables:

- El conjunto de FEDELE ha recibido en 2022 un total de 100 140 estudiantes, lo que supone un crecimiento interanual del 81 %.
- A pesar del crecimiento de estudiantes en 2022 aún estamos por debajo de las cifras prepandemia:
  - Los estudiantes en 2022 representan un 72,18 % de los recibidos en 2019.
  - Estamos cercanos a las cuotas recibidas en 2017, con una diferencia del -11 %.
- La caída del sector del 27,82 % respecto a 2019 se debe, en su mayor medida, a las restricciones de China, principal país asiático emisor de estudiantes de español a España; al conflicto bélico entre Ucrania y Rusia; y, por otro lado, al aumento de la inflación del año en estudio.
- Debido a la situación de países como Ucrania, Rusia o China, los estudiantes de estos países que se encontraban en los centros a principio de año han continuado con sus estudios durante todo 2022, provocando que el número de semanas se vea disparado en este año.
- El número medio de semanas por estudiante se eleva a 4 (eliminando las estancias anuales de los mercados antes citados).
- El conjunto de la Federación ha generado una riqueza de 200 075 000 € para el conjunto del país (incluye ocio, matrícula, manutención, seguros, etc.).

En relación con el perfil sociodemográfico del alumno, concluimos que:
• Se recuperan los índices de estudiantes que viajan en grupo (41 %) frente a los que viajan de forma individual (59 %). No obstante, aún queda margen de crecimientos para los estudiantes en grupo.

• La edad más común de los estudiantes está comprendida entre los 19 y 25 años de edad (29,34 %), seguida por la franja de 26 a 45 años (27,16 %) y de 12 a 18 años (24,84 %).

• Se observa un año más un crecimiento de casi dos puntos porcentuales del grupo de mayores de 65 años, elevándose hasta el 5,89 %.

• Los principales países emisores de estudiantes son:
  - Alemania
  - Italia
  - Estados Unidos de América
  - Reino Unido
  - Francia
  - Países Bajos
  - Federación de Rusia
  - Austria
  - Polonia
  - Dinamarca

• Europa envía el 75,62 % de estudiantes, seguido por Asia con un 9,78 % y Norte América con un 8,36 %.

• En cuanto a la finalidad del curso, se repite de forma más usual aquellos con actividades culturales (28,95 %), seguido por los cursos de preparación del DELE/CCSE con un 11,37 % y los cursos en línea con un 11,12 %. Estos últimos presentan un crecimiento sostenido en los últimos años.

• Referente a la selección de alojamiento, obtenemos que el 30,34 % prefiere alojarse con familias de acogida, seguido de apartamentos, que ocupan este año un 25,89 %.

• Si estudiamos las vías de entrada, sigue teniendo una alta presencia la recomendación, con un 22,59 % de los estudiantes, seguido de campañas de correo electrónico, con un 14,01 %. Las ferias nacionales e internacionales crecen con respecto a 2021 y ocupan entre ambas el 12,66 %.

• En cuanto a las vías de comercialización, las reservas directas en la web representan el 36,65 %, y las agencias vuelven a ocupar un puesto destacado, con un 31,49 %.

Si consideramos el perfil de los centros federados, concluimos lo siguiente:

• Los cursos más rentables para los centros son los de preparación para el DELE/CCSE, el español para juniors/campamentos de verano, cursos en línea y clases privadas.

• Los cursos semi-intensivos (entre 15 y 25 horas/semana) indican un alto nivel de rentabilidad, con una puntuación del 42,41%.
- El 55,70 % de los centros federados solo ofrece clases de español, mientras que el 32,91 % tiene otros idiomas y el 11,39 % tiene otras modalidades (como refuerzo infantil, cursos profesionales, etc.).
- En lo referente con el personal docente, la media de profesores en nuestros centros es de 15, de los cuales 9 son personal fijo.
- Si consideramos todos los trabajadores relacionados con los cursos de español (con los docentes incluidos) es de 22, de los cuales 14 son fijos.
- El 94,67 % de los centros cuentan con familias de acogida, el 81,33 % con apartamentos y el 62,67 % con residencia externa, siendo estas las principales ofertas de alojamiento.
- El número medio de aulas de los centros es de 13, y la capacidad media de los centros es de 176 estudiantes (aforo).

En lo relativo a los visados, tenemos que los países con mayor número de denegaciones son Argelia, Marruecos, Rusia, China e Irán, teniendo como principal motivo las «dudas respecto a la veracidad de la documentación», seguido por «la dificultad de aportar pruebas que aseguren unos medios económicos». El índice de denegaciones es de un 22,09 % de las solicitudes.

Series o películas de habla hispana, la reputación de la marca España en el exterior y el conocimiento sobre la cocina española son los principales factores que influyen en la entrada de estudiantes a nivel internacional. Por ello, debemos seguir promocionando acuerdos de colaboración en este aspecto y desarrollo de estas variables.

De entre las incertidumbres de 2022, vemos cómo los centros han sabido sortear cada uno de ellos: desde la guerra de Ucrania hasta la inflación. Las expectativas para el año 2023 son positivas y prevén un crecimiento considerable, recuperando las cuotas prepandemia y superándolas hasta los 150 000 estudiantes.
2.1. Saludo de Presidencia

Estimado/a lector/a:

Como viene siendo habitual, la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España edita su Informe Sectorial basado en los datos de un sondeo que realizamos al centenar de centros que conforman nuestra entidad. Como saben, entre los objetivos de nuestra institución se encuentran la mejora de la calidad de la enseñanza del español como lengua extranjera, el fortalecimiento de nuestro sector, el incentivar las inmersiones lingüísticas en nuestro país a través de experiencias turísticas y educativas de calidad, y el promover la economía de España como sector privado.

El 2022 ha sido un año lleno de retos que hemos sabido afrontar con trabajo y esfuerzo. La incertidumbre que nos ha traído acontecimientos como la inflación o el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania no ha conseguido que dejemos de perseverar en nuestra labor como docentes y oferentes de servicios. Ha sido un año de recuperación plena, de vuelta a la normalidad, de engrasar de nuevo nuestros motores para continuar con el crecimiento exponencial que hemos desarrollado en el período 2015-2020.

El turismo idiomático, el español en todas sus vertientes (educación, cine, ciencia…) y el interés por nuestro país ayuda a que cada día miles de estudiantes se interesen en nuestros servicios, en nuestras ciudades y en nuestros centros para vivir una inmersión lingüística completa.

Los datos que se presentan en este informe vienen referidos a los centros federados y acreditados por el Instituto Cervantes que pertenecen a FEDELE. No obstante, es una buena herramienta para impulsar el sector, para conocer cuál es su estado y cuáles son las estrategias que debemos desarrollar como centros, como entidades o como instituciones públicas.

Desde estas líneas, quiero agradecer a todos los profesionales que han colaborado en la elaboración de este Informe Sectorial, cuyos nombres están detallados al inicio de este documento y también a los colaboradores que, de una forma u otra, han contribuido un año más a que este informe pueda llevarse a cabo.

También me gustaría agradecer a los centros participantes su tiempo, su tesón y su esfuerzo para rellenar un sondeo que, por su extensión y complejidad, puede resultar complicado. Desde FEDELE confiamos plenamente en que este documento es nuestra principal
herramienta de trabajo. El valor de nuestro sector se mide en este documento: el valor de nuestra entidad, en cierta forma, se ve reflejado aquí.

De igual modo, quiero mandar un afectuoso saludo a todas las instituciones, empresas u organismos que comparten objetivo con nuestros centros y con FEDELE: universidades, pequeñas escuelas, asociaciones y oficinas locales. Esperamos que pronto podamos unir nuestros esfuerzos y llevar a cabo un gran estudio donde estemos representados todos los actores de nuestro sector, creando así un informe de alto valor para todos los implicados.

No quiero dejar pasar la oportunidad para agradecer al profesorado de nuestros centros toda su fantástica labor, ya que son los que dan lo mejor de sí para mejorar cada día sus clases, sus discursos y su formación. Por su capacidad de resiliencia, de esfuerzo y de mejora: gracias.

Por último, me gustaría que reflexionáramos sobre qué significa realmente este informe. En las próximas líneas, veremos datos globales de estudiantes, procedencias, perfiles sociodemográficos y decenas de datos más que, sin duda, nos servirán para crear estrategias en el medio y largo plazo. No obstante, detrás de esto hay alumnos, historias personales, familias y un sinfín de esfuerzos, risas y días. En este informe vemos los números, pero no podemos olvidar que después de estos números hay motivación, lucha y, en definitiva, vida.

Esperando que la lectura de este informe le traiga las respuestas que espera, reciba un cordial saludo de mi parte y de toda la Federación.

Begoña Llovet Barquero – presidenta de la Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera.
2.1. Sobre el informe

El presente informe que desarrolla la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (FEDELE) expone los principales datos sobre el estado del sector privado de la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE). El sondeo se realiza a los miembros que integran la Federación y, por tanto, existe un sesgo que se debe considerar a la hora de exportar los datos a nivel nacional.

No obstante, gracias a cálculos estadísticos y a la alta representatividad que tienen los miembros de FEDELE, podemos elevar conclusiones a un nivel más amplio sin temor a equivocarnos.

Con este informe, la Federación quiere renovar su compromiso con el sector ELE y con las instituciones que forman parte de él, presentando los datos de 2022 de una forma concisa, clara y acompañada de explicaciones que ayuden a su comprensión.

Gracias a los estudios propios que inician este documento, pondremos en contexto algunas de las particularidades que han caracterizado este año y será manifiesta la capacidad de resiliencia de nuestros centros, nuestras ciudades y todas las empresas que en conjunto forman parte de esta labor educativa y turística.

Posteriormente, el lector podrá conocer los principales datos del sector, continuando con las series históricas iniciadas en el 2015. Toda la información estará referida a nivel nacional y también por asociaciones federadas.

Termina el informe con las tendencias, opiniones y visión para el año 2023 que realizan nuestros centros. Por primera vez en este apartado, rescataremos las respuestas del anterior informe para conocer cómo de acertadas estuvieron las previsiones de los centros.

El lector podrá encontrar al final del documento un listado con palabras claves, un glosario de tablas y gráficas y la bibliografía, con el fin de que puedan elaborar sus propias conclusiones y ampliar el conocimiento que se desprende de los datos presentados.
3.1. **Estudio del entorno**

Con el fin de poner en contexto los datos que presentamos, desde la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE) mostramos un breve análisis del entorno genérico tanto a nivel económico como social.

Este informe seguirá la misma estructura que el año 2021, para que el lector pueda comparar datos y extraer conclusiones de su estudio.

El año 2022 ha venido marcado por el fin de la mayoría de las restricciones que aún se mantenían vigentes por la pandemia de COVID-19, con la salvedad de países como China y su cierre de fronteras durante todo el ejercicio. Sin embargo, cuando se creía sorteada la pandemia, estalló el conflicto bélico que desde marzo de 2021 ha mantenido Rusia y Ucrania. Esta cuestión ha provocado un encarecimiento de bienes de primera necesidad, así como la energía, que ha desbocado la inflación de la zona euro y de otros países emisores de alumnos hacia nuestro país.

No obstante, la economía de nuestro país ha resistido el embiste de las circunstancias y crece a un ritmo por encima de la media europea, lo que ha ayudado a mantener la tendencia a la baja en índices como el paro o la brecha salarial.

Nuestro sector y, por tanto, nuestros datos, se basan en unos clientes/consumidores que no se encuentran en nuestro país en su amplia mayoría. La imposibilidad de realizar un estudio macroeconómico de todos los países emisores nos lleva a que algunas variables no estén siendo contempladas, aunque intentaremos poner en contexto todos los datos que presentemos cuando estos sean particulares o no esperados.

### 3.1.1. **Estado de la economía mundial**

El Fondo Monetario Internacional (FMI) estimaba para 2021 un crecimiento mundial del 4,4 % respecto al ejercicio anterior, que finalmente fue del 6,0 %. Para el año 2022, la previsión es una desaceleración mundial con crecimientos del 3,2 % y del 2,7 % en 2023 a nivel agregado. Para las economías avanzadas, se espera un crecimiento del 2,4 % en 2022, mientras que en 2023 se espera un crecimiento del 1,1 %.

Como podemos observar, la economía mundial está experimentando una desaceleración generalizada y más acentuada de lo previsto. La inflación provoca el aumento del costo de la vida, el endurecimiento de las condiciones financieras para acceder a préstamos o hipotecas, así como la disminución de los ahorros familiares para afrontar la situación.
A nivel mundial, vemos como confluyen varias circunstancias como la pandemia de COVID-19, la cual se ha superado de forma desigual, el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, así como el cambio climático, que provoca en estos momentos sequías y grandes problemas climáticos. Todos estos son algunos de los ingredientes que inciden de forma directa en la desaceleración que indica el FMI.

La inflación es la más alta en varios decenios a nivel mundial, que incluso llega a ser la más alta en 40 años en algunos países. Si bien hasta ahora el aumento de los salarios ha permanecido, de forma general, por debajo de la inflación, algunos analistas indican que estos dos índices pueden empezar a interactuar entre sí, y que la inflación salarial y de los precios experimenten un aumento permanente como consecuencia de una espiral sostenida entre salarios y precios.

Se necesitará un endurecimiento de la política monetaria para garantizar que la espiral de precios y salarios sea limitada y los efectos subyacentes de estas actividades no contribuyan a un decrecimiento mayor de la economía mundial, una pérdida de poder adquisitivo y un empobrecimiento general de nuestra sociedad.

3.1.2. Evolución de la economía española en 2022

El producto interior bruto de España en 2022 creció un 5,5 % respecto a 2021, con un crecimiento no visto en nuestro país desde 2008. Se trata de una tasa 4 décimas mayor que la de 2021, la cual fue de un 5,1 %.

En 2022, la cifra del PIB fue de 1 328 922 millones de euros, y su valor absoluto creció 122 080 millones de euros respecto a 2021.

Cuadro 1. Evolución del Producto Interior Bruto (PIB) en España (2015-2021)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Fecha</th>
<th>Evolución: PIB anual España</th>
<th>Var. PIB (%)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2022</td>
<td>1 328 922 M€</td>
<td>5,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2021</td>
<td>1 205 063 M€</td>
<td>5,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2020</td>
<td>1 121 948 M€</td>
<td>-10,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2019</td>
<td>1 244 375 M€</td>
<td>2,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2018</td>
<td>1 203 259 M€</td>
<td>2,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2017</td>
<td>1 161 867 M€</td>
<td>3,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2016</td>
<td>1 113 840 M€</td>
<td>3,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2015</td>
<td>1 077 590 M€</td>
<td>3,8 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cuadro 2. Evolución del Producto Interior Bruto (PIB) en España (2015-2021)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Fecha</th>
<th>PIB Per Cápita España</th>
<th>Var. anual PIB Per Cápita (%)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2022</td>
<td>27 910 €</td>
<td>9,5 €</td>
</tr>
<tr>
<td>2021</td>
<td>25 500 €</td>
<td>8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2020</td>
<td>23 610 €</td>
<td>-10,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2019</td>
<td>26 420 €</td>
<td>2,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2018</td>
<td>25 750 €</td>
<td>3,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2017</td>
<td>24 970 €</td>
<td>4,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2016</td>
<td>23 980 €</td>
<td>3,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2015</td>
<td>23 220 €</td>
<td>1,9 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El PIB per cápita de España en 2022 fue de 27 910 €, 2 410 € mayor que el de 2021, que fue de 25 500 €.

En 2022, la economía creció en todas las comunidades autónomas. Los mayores crecimientos interanuales del PIB se han dado en las Islas Baleares, con un crecimiento del 10,7 %; Canarias,

1 Los datos presentados en esta tabla difieren de aquellos presentados en el Informe Sectorial FEDELE en 2022, debido a que se han actualizado los valores según los datos consolidados presentados por el Instituto Nacional de Estadística en 2022.
con un crecimiento del 7,0 %; y Navarra, con un 5,9 % según datos del Instituto Nacional de Estadística.

En cuanto a cifras absolutas del PIB, las regiones con mayor participación del producto interior bruto nacional son la Comunidad de Madrid, con 234 639 M €; Cataluña, con 229 418 M €; y Andalucía, con 160 747 M€.

Las comunidades con un menor crecimiento en el año 2022 son Castilla y León, con un 4,3 % de crecimiento interanual; Aragón, con un 4,4 %; y las ciudades autónomas de Ceuta (4,0 %) y Melilla (4,1 %).

Cuadro 3. Producto interior bruto por habitante y regiones en España (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Comunidad autónoma</th>
<th>Valor</th>
<th>Variación anual</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Total Nacional</td>
<td>27 910 €</td>
<td>9,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Andalucía</td>
<td>18 906 €</td>
<td>7,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Aragón</td>
<td>28 912 €</td>
<td>8,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Asturias, Principado de</td>
<td>23 235 €</td>
<td>10,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Balears, Illes</td>
<td>24 866 €</td>
<td>15,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Canarias</td>
<td>18 990 €</td>
<td>10,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Cantabria</td>
<td>23 730 €</td>
<td>7,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Castilla y León</td>
<td>24 428 €</td>
<td>6,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Castilla - La Mancha</td>
<td>20 655 €</td>
<td>7,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Cataluña</td>
<td>29 942 €</td>
<td>7,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Comunidad Valenciana</td>
<td>22 289 €</td>
<td>7,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Extremadura</td>
<td>19 072 €</td>
<td>6,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Galicia</td>
<td>23 499 €</td>
<td>8,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Madrid, Comunidad de</td>
<td>34 821 €</td>
<td>7,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Murcia, Región de</td>
<td>21 236 €</td>
<td>7,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Navarra, Comunidad Foral de</td>
<td>31 024 €</td>
<td>7,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>País Vasco</td>
<td>32 925 €</td>
<td>8,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Rioja, La</td>
<td>27 279 €</td>
<td>6,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Ceuta</td>
<td>21 244 €</td>
<td>7,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Melilla</td>
<td>19 266 €</td>
<td>6,7 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Según el Instituto Nacional de Estadística, el consumo de los hogares ha sufrido fluctuaciones durante el año 2021. De este modo, tenemos crecimientos positivos en el primer semestre del año, teniendo una disminución en el último trimestre de 1,8 % entre octubre y diciembre.

Por el contrario, el gasto público aceleró su crecimiento trimestral tres décimas, que sería hasta el 1,9 % al contrario que la inversión, que se contrajo un 3,8 % en el cuarto trimestre. Se trata de su mayor descenso trimestral desde el segundo trimestre de 2020, cuando arrancó la pandemia.

El mercado laboral en 2022 sigue creando puestos de trabajo con un crecimiento interanual de 2,4 % con 471 400 nuevos empleos. El número de afiliados a la Seguridad Social en diciembre de 2022 es de 20,3 millones, lo que implica un crecimiento de 2,4 %.

Según la Encuesta de Población Activa (EPA), difundida por el Instituto Nacional de Estadística (INE), donde se recoge la buena marcha del empleo en 2022 gracias a la recuperación económica después de la pandemia y al crecimiento del PIB, nos encontramos en una tasa de desempleo del 12,9 % en el cuarto trimestre de 2022.

**Gráfico 2. Evolución de la creación de empleo en España (2015-2021)**

3.1.3. Entorno sociocultural

El total de personas inscritas en el Padrón Continuo en España a 1 de enero de 2021 es de 47 475 420 habitantes.

Esta cifra supone un aumento de 90 313 personas (un + 0,2 %) respecto a los datos a 1 de enero de 2021. De este total, 41 932 488 tienen nacionalidad española (el 88,32 %) y 5 542 932 extranjera (el 11,68 %). Esto implica un aumento de la proporción de extranjeros que viven en España de un 0,4 %.

Cuadro 4. Población inscrita en el padrón continuo por nacionalidad en España (2021)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Población a 1 de enero de 2021</th>
<th>Población a 1 de enero de 2022</th>
<th>Variación absoluta</th>
<th>Variación relativa (en %)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Número de personas</td>
<td>% respecto al total</td>
<td>Número de personas</td>
<td>% respecto al total</td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td>47 385 107</td>
<td>100,0</td>
<td>47 475 420</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Españoles</td>
<td>41 944 959</td>
<td>88,51</td>
<td>41 932 488</td>
<td>88,32</td>
</tr>
<tr>
<td>Extranjeros</td>
<td>5 440 148</td>
<td>11,48</td>
<td>5 542 932</td>
<td>11,67</td>
</tr>
<tr>
<td>UE-27</td>
<td>1 871 250</td>
<td>3,94</td>
<td>1 907 944</td>
<td>4,01</td>
</tr>
<tr>
<td>No UE</td>
<td>3 568 898</td>
<td>7,5</td>
<td>3 634 988</td>
<td>7,65</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El 49,0 % del total de inscritos en el Padrón son hombres, mientras que el 51,0 % son mujeres. Entre los españoles, hay más mujeres (51,1 %), mientras que entre los extranjeros hay más hombres (50,1 %).

En el Informe Sectorial de FEDELE para 2022, se emite la información relativa al peso poblacional por edades y sexos de España, al no considerarse justificado su estudio. Nuestros clientes y consumidores (estudiantes) son, de forma general, estudiantes extranjeros, por lo que no tiene ningún valor el estudio profundo de las características socioculturales de España.

3.1.4. Entorno tecnológico

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), durante 2021, España invirtió 17 249 millones de euros en I+D, lo que supone un incremento de 1 478 millones de euros respecto al año anterior, representando el 1,43 % del PIB de España.

Las comunidades autónomas con mayor gasto por habitante en actividades de I+D fueron País Vasco, Comunidad de Madrid y Navarra. Por el contrario, las que registraron los menores porcentajes fueron Baleares, Canarias y las ciudades autónomas.
3.1.5. Entorno europeo

Según las previsiones económicas de la oficina comunitaria de estadística (Eurostat), las economías de la zona euro y del conjunto de la Unión Europea han experimentado complicaciones provocadas por el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, que está haciendo mella en la demanda mundial y reforzando las presiones inflacionistas.

La Unión Europea se encuentra muy expuesta, debido a su proximidad geográfica con la guerra y a su fuerte dependencia de las importaciones de gas de Rusia. Esto acarrea una crisis energética sin precedentes en el viejo continente que está erosionando el poder adquisitivo de las familias europeas. El clima económico ha caído notablemente tras los repuntes de 2021 y, aunque se espera que el crecimiento en 2022 sea mejor que el previsto, las perspectivas para 2023 son significativamente más débiles en cuanto a crecimiento y más elevadas en cuanto a inflación.

El crecimiento del PIB real de la Unión Europea superó las expectativas en el primer semestre, gracias al consumo privado en el sector terciario, sobre todo por la relajación de las medidas de contención del COVID-19. En el tercer trimestre, el crecimiento se ralentizó y todas las tendencias indican a un cuarto trimestre con recesiones generalizadas. No obstante, según indica Eurostats, se espera que el fuerte tirón de 2021, junto con el sólido crecimiento registrado en el primer semestre del año, impulsen el crecimiento real del PIB en 2022 a un total del 3,3 % en la Unión Europea.

La inflación en estos momentos y la crisis energética lastra las economías europeas, sobre todo, aquellas con mayor dependencia del gas ruso. Países como Alemania, Polonia y Francia tendrán crecimientos inferiores a otros países con mayor independencia en estos términos. No obstante, se espera un crecimiento del PIB del 0,3 % en 2023 en su conjunto, tanto en la Unión Europea como en la zona euro.

Para 2024, se prevé que el crecimiento económico recupere progresivamente el impulso, con una media del 1,6 % en la Unión Europea y del 1,5 % en la zona euro, según datos de Eurostats.

A pesar de la difícil situación con la que nos encontramos, el mercado laboral a nivel europeo ha registrado buenos datos, con el empleo y la participación en su nivel más alto y el desempleo en su nivel más bajo en décadas. Se espera que los mercados de trabajo moderen su crecimiento con cierto retraso a la ralentización de la economía, pero que sigan siendo resilientes. Se prevé un crecimiento del mercado de trabajo de 1,8 % en 2022, un estancamiento en 2023 y una subida moderada del 0,4 % en 2024.

En la fecha de redacción del presente informe, no se cuentan con datos consolidados del Producto Interior Bruto por países de la Unión Europea.
3.1.6. El español en el mundo

Según los datos ofrecidos por el Instituto Cervantes en el Anuario de 2022, el español es una lengua viva con más de 595 millones de hablantes en el mundo, ya sea como lengua nativa, segunda o extranjera. Es la segunda lengua del mundo por número de hablantes nativos (con cerca de 496 millones) y el segundo idioma de comunicación internacional.

Se estima que, en 2022, casi 24 millones de alumnos han estudiado español como lengua extranjera (en concreto, 23 748 298), lo que significa una disminución de casi 500 000 estudiantes con respecto a 2021. Este es el resultado de sumar el número de estudiantes de español existentes en la actualidad en 111 países. Las cifras se refieren a todos los niveles de enseñanza —incluida la no reglada— y se ciñen a los datos disponibles en cada uno de los países. Con todo, la ausencia de datos universales, completos y comparables confiere un carácter provisional a los cálculos, ya que, por ejemplo, apenas reflejan información sobre los centros de enseñanza privada. Por ello, se estima que hay un número considerable de estudiantes de español aún no contabilizados.
El español en cifras

Según los datos del anuario del Instituto Cervantes en 2022, el español contabiliza las siguientes cifras:

- En 2022, casi 496 millones de personas tienen el español como lengua materna.
- El grupo de usuarios potenciales de español en el mundo (cifra que aglutina al Grupo de Dominio Nativo, el Grupo de Competencia Limitada y el Grupo de Aprendices de Lengua Extranjera) supera los 595 millones (el 7,5 % de la población mundial).
- Desde la puesta en marcha del Instituto Cervantes, la comunidad hispanohablante ha crecido casi un 70 %.
- El español es la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes, tras el chino mandarín, y la cuarta lengua en un cómputo global de hablantes (dominio nativo, competencia limitada y estudiantes de español), después del inglés, del chino mandarín y del hindi.
- El número de hispanohablantes seguirá creciendo en las próximas cinco décadas, pero su peso relativo disminuirá de manera progresiva de aquí a final de siglo. En 2100, solo el 6,3 % de la población mundial podrá comunicarse en español.
- En 2060, Estados Unidos será el segundo país hispanohablante del mundo, después de México. El 27,5 % de la población estadounidense será de origen hispano.
- Casi 24 millones de alumnos estudian español como lengua extranjera en 2022 (en concreto, 23 748 298).

El turismo idiomático en España

El turismo idiomático es una actividad económica, lingüística y social que está cobrando cada vez más importancia en los últimos tiempos. Se trata de un tipo de turismo que veníamos conociendo principalmente en países de habla inglesa, pero que, desde 2008, se está observando una acuciante y continua crecida en países de habla hispana.

A través del turismo idiomático, el español no es solo un tesoro lingüístico y cultural, si no que se convierte en un motor económico para las entidades e instituciones que se impliquen en ello, aportando además un valor añadido al tipo de turismo que veníamos conociendo en países como España. Cabe destacar que, además, esta actividad profesional nos permite llevar nuestra forma de hablar, nuestra cultura, tradiciones y costumbres a todas partes del mundo para que, de esta forma, sea reconocida y apreciada por distintas culturas.

En 2019, el turismo idiomático generó una riqueza de más de 235 millones de euros para el conjunto del país, solo considerando los centros federados. La importancia del turismo idiomático, por tanto, reside también en las oportunidades que presenta el español para nuestro país al ser un producto inagotable, en auge a nivel internacional, que ayuda a la desestacionalización y del que ya somos líderes mundiales en visita de estudiantes para aprender este idioma.
Cabe destacar, además, que este tipo de turismo tiene unas características muy particulares en cuanto a demanda, oferta y variables que lo definen. Es un turismo cultural, responsable, relativamente joven y generador de prescriptores del país. Los estudiantes viven una inmersión tan profunda en nuestro país que, una vez lo abandonan, se sienten parte de él y son grandes embajadores de nuestra marca en sus ciudades de residencia.

El sector del turismo idiomático en España, por ello, presenta grandes ventajas y oportunidades en el futuro, debido al factor de liderazgo que brinda ser cuna del castellano frente a otros países panhispánicos. Esto encaja con las líneas estratégicas expuestas por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en cuanto a la potenciación de sectores propensos a ser líderes mundiales.

Del mismo modo, este sector está incluido dentro de los Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE), desarrollado por el Gobierno de España en su Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. En este proyecto específico, se detallean los PERTE En español: nueva economía de la lengua, en cuyos objetivos se incluye el turismo de la lengua, industrias culturales y el aprendizaje del español en el mundo.

Desde la Federación, consideramos que se debe prestar gran atención al sector privado de ELE por ser un gran generador de riqueza a nivel nacional no solo en términos económicos, sino también a nivel social, por el tipo de turismo que supone y por la finalidad propia del sector: poner en valor nuestra lengua y cultura en el contexto nacional e internacional y llegar a todas las culturas posibles.

Por lo tanto, es de absoluta necesidad contar con la colaboración de las instituciones públicas implicadas en el impulso del sector ELE en España y que estas sean conocedoras del potencial económico que supone invertir en este sector. Sin embargo, esta colaboración aún no es suficiente para explotar los infinitos recursos que nuestra lengua ofrece.

En este sentido, TURESPAÑA es completamente consciente de que se trata de un sector que representa una gran oportunidad para España, que aporta múltiples beneficios a numerosos destinos de nuestro país. El turismo idiomático proporciona rentabilidad, desconcentración territorial, cierta desestacionalización, además de otras aportaciones socioculturales de gran valor.

Por ello, esta institución colabora estrechamente con FEDELE desarrollando proyectos conjuntos para el impulso del turismo idiomático en España. Algunas de las principales funciones que cumple TURESPAÑA para apostar por el turismo idiomático son la planificación y desarrollo de estrategias para la promoción de España como destino turístico en mercados exteriores, por un lado, y el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior, por otro. Para ello, colabora con comunidades autónomas, entidades locales y sector privado.

Desde el Instituto Cervantes hablan de la buena salud de la que goza el sector de la enseñanza de ELE en España. A pesar de que los años más crudos de la crisis afectaron al sector, la
fortaleza de las estructuras ya creadas, en distintos ámbitos, ha permitido mantener la continuidad de los productos y servicios en la especialidad. En el ámbito académico, hay una trayectoria acreditada de más de veinte años en la que las universidades han venido ofreciendo másteres y cursos de posgrado que recogen los avances de la especialidad ELE. A esta línea se une ahora el recién creado Diploma de Acreditación Docente del Instituto Cervantes (DADIC), que aporta un elemento más a disposición de quienes estén interesados en acreditar su capacidad docente.

Por todo ello, el Instituto Cervantes se muestra como un agente activo en la proyección internacional del español, ya que tiene muy presentes los datos en los que se concentran los mercados incipientes y orienta sus políticas con idea de abrir su red a estas zonas emergentes y establecer alianzas con actores locales.

Desde el sector privado, FEDELE colabora estrechamente con estas instituciones aportando ideas y propuestas que se encaminan de forma más ágil al ritmo de la globalización y, de este modo, marcan muchas veces el camino a las políticas públicas.

Esta colaboración público-privada es primordial para poder recabar datos del sector, los cuales actualmente son insuficientes para realizar informes del sector que nos hablen más detalladamente del perfil sociodemográfico del alumnado, así como de sus preferencias y otras muchas variables que debemos tener en cuenta. En esta línea, queda mucho camino por recorrer para establecer la dirección a la que se puede proyectar este sector en los próximos años, y es esencial para alcanzar el objetivo compartido de hacer del español uno de nuestros más importantes activos de proyección cultural y económica y potenciar, de esta forma, el turismo idiomático en nuestro país.

**Instituciones de apoyo al sector ELE y la corriente federativa**

El desarrollo, diseño y gestión de políticas de promoción para el mundo ELE debería recaer principalmente en las administraciones públicas responsables de asuntos económicos y turísticos, encargadas de promover la enseñanza y el aprendizaje de la lengua. Son muchos los factores que articulan el mundo de las inmersiones lingüísticas, desde el Ministerio de Educación y Formación Profesional, pasando por el Ministerio de Asuntos Exteriores, la Unión Europea y Cooperación, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y hasta el Ministerio de Cultura y Deporte. También es importante destacar la labor de organismos públicos, como ICEX España Exportación e Inversiones, TURESPANÁ, Instituto Cervantes, y cada vez más gobiernos autonómicos y ayuntamientos.
Entre las instituciones que conforman nuestro ecosistema empresarial, se encuentran:

**Instituto Cervantes**

Institución pública creada en el 1991 por el Gobierno de España, dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores. Está presente en 88 ciudades de 45 países, a través de sus centros, aulas y extensiones. Su sede central está ubicada en el edificio «Cervantes» de la calle de Alcalá de Madrid.

En el plano internacional, el Instituto Cervantes sería el equivalente al Instituto Camões portugués, la Società Dante Alighieri italiana, la Alliance Française francesa, el British Council británico o el Goethe-Institut alemán; todas ellas instituciones dedicadas a la promoción cultural y lingüística de sus respectivos países.

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 actividades, tiene acciones relacionadas con:

- Acciones dirigidas a la formación de profesores.
- Acciones dirigidas a la mejora de la calidad de los centros docentes.
- Acciones dirigidas a la promoción de la oferta de cursos en España.
- Acciones dirigidas a la promoción de los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) y la prueba de conocimientos constitucionales y socioculturales de España (prueba CCSE)
- Establecimiento de nuevas áreas de cooperación.

Página web:

https://www.cervantes.es/default.htm
El Instituto de Turismo de España, conocido como TURESPAÑA, es un organismo autónomo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España como destino turístico y lo hace mediante el *marketing* y el impulso de la estrategia turística española, la cual coordina y lidera. Se encuentra adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo.

Aunque si bien no es un organismo implicado en el sector educativo ELE, sí que trabaja de forma constante con el turismo idiomático, promoviendo las inmersiones lingüísticas en nuestro país y el desarrollo de estrategias conjuntas entre TURESPAÑA y FEDELE.

En los últimos años, ha sido un gran aliado de la Federación para el desarrollo de estrategias de turismo idiomático y canaliza buena parte de las estrategias nacionales en este aspecto.

Página web: [https://www.spain.info/es/](https://www.spain.info/es/)

Desde 2018, FEDELE es reconocida por ICEX como Entidad Colaboradora de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P. Desde 2022 FEDELE es también reconocida como Entidad Colaboradora en la gestión de las ayudas relativas a la promoción de la internacionalización de la empresa española del sector.

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». ([https://www.icex.es/es/quienes-somos/quienes-somos/presentacion](https://www.icex.es/es/quienes-somos/quienes-somos/presentacion))

Página web: [https://www.icex.es/es/index](https://www.icex.es/es/index)
La Dirección General del Español en el Mundo (DGEM) de España es el órgano directivo del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, adscrito a la Secretaría de Estado para Iberoamérica y el Caribe y el Español en el Mundo, responsable de ejecutar las políticas de fomento del idioma español en el mundo.

La Dirección General forma parte de la Alianza para la Nueva Economía de la Lengua, un proyecto público-privado para impulsar la ejecución del PERTE de la Nueva Economía de la Lengua.

La DGEM se creó en septiembre de 2021 para asumir aquellas competencias relativas a la promoción del español que el Ministerio tuviera. Se estructuró en abril de 2022 a través de dos subdirecciones generales, una para Coherencia en la Acción de Fomento del Español y otra para el Fomento del Español en el Mundo.

Página web:  
https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/ElEspanolEnElMundo.aspx

**Oficinas turismo idiomático y del español en ayuntamientos y comunidades**

Muchas comunidades y ayuntamientos cuentan con sus propias oficinas implicadas en el sector ELE a nivel institucional. Es el caso, por ejemplo, de «Salamanca, ciudad del español» del Ayuntamiento de Salamanca o la «Oficina del Español en Madrid» de la Comunidad de Madrid.

El portal «Study in Spain» tiene como objetivo potenciar el turismo educativo e idiomático hacia nuestro país y es un proyecto donde colaboran TURESPaña, ICEX España Exportación e Inversiones, el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, así como el SEPIE (Servicio Español Para la Internacionalización de la Educación) y el Instituto Cervantes. Desde FEDELE colaboramos en este proyecto con información sobre nuestros centros. Se trata de un portal interesante para aquellas empresas dedicadas al sector ELE.
El Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE) es un organismo autónomo, adscrito al Ministerio de Universidades, que dirige la acción educativa española en el exterior como el «Programa Erasmus» y la divulgación en el exterior de la oferta educativa española.


En septiembre de 2014, se aprobó la Ley 15/2014, de 16 de septiembre, de racionalización del Sector Público y otras medidas de reforma administrativa, que integró en el organismo autónomo las funciones de internacionalización del sistema universitario que antes venía ejerciendo la Fundación para la Proyección Internacional de las Universidades Españolas. Con este cambio, pasó a denominarse Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE).

Página web: http://sepie.es/

Sin lugar a duda la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ASELE) juega en el sector del español un papel protagonista, como ha demostrado en sus veintisiete años de funcionamiento.

Esta organización, de carácter internacional, tiene entre sus filas más de ochocientos profesores, estudiantes y profesionales que ejercen su labor en unos cincuenta países, todos ellos dedicados a enseñar y a investigar en las diferentes áreas y aplicaciones del español como lengua extranjera o como segundo idioma.

Desde hace veinticinco años, ASELE celebra un Congreso Internacional con sede itinerante, cita obligatoria para los profesores de español que quieran estar al día en las últimas novedades del sector.

Página web: http://www.aselered.org/
Federación Española de Centros de Enseñanza de Idiomas

Aunque esta Federación aglutina a otros centros que no son específicamente ELE, sí que lo añadimos al listado porque incluyen el español entre los idiomas que imparten algunos de sus asociados.

La Federación Española de Centros de Enseñanza de Idiomas (FECEI) se fundó en 1980 y está integrada por asociaciones regionales de centros de enseñanza de idiomas, además de centros de enseñanza de idiomas individuales. Tiene como fines básicos coordinar la actuación de las diferentes asociaciones afiliadas y centros de idiomas para que su Comité Directivo pueda establecer una política y actuación general y nacional, fomentar la defensa de los intereses de los miembros, establecer servicios asistenciales, promover actos de carácter formativo o cultural, e intervenir en la negociación colectiva laboral. Además de representar gestionar y defender los intereses de nuestro sector, FECEI vela por el prestigio de las asociaciones y centros afiliados, fomenta la unidad entre asociaciones, promueve un espíritu de compañerismo y solidaridad, e impide la competencia desleal.

Página web: https://fecei.org/

Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española

SIELE Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española es un servicio de evaluación y certificación del grado de dominio del español a través de medios electrónicos dirigido a estudiantes y profesionales de todo el mundo.

Está promovido por el Instituto Cervantes, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad de Salamanca y la Universidad de Buenos Aires.

SIELE cuenta con más de 75 universidades asociadas presentes en los 22 países de Iberoamérica que colaboran en la investigación de la enseñanza del español, respaldan la calidad del contenido y aportan materiales didácticos innovadores. La excelencia de estas instituciones es una de las claves en la fiabilidad y el prestigio académico de SIELE.

El certificado de español SIELE es un examen en línea que se realiza en Centros de Examen Autorizados. Son más de 85 los países y más de 800 los centros en los que los candidatos pueden certificar su español. Ellos pueden examinarse en el lugar y en el momento que elijan, ya que no existen las convocatorias previas.

Página web: https://siele.org/
3.2. Los microsegmentos en la enseñanza ELE

El perfil sociodemográfico del alumno de español como lengua extranjera en España está definido por una serie de variables que podemos encontrar en toda la serie histórica de publicaciones de FEDELE y, en concreto, en los Informes Sectoriales de la Federación. No obstante, esta aproximación es en términos generales y nos permite observar al alumnado desde una visión intermedia y siempre generalista.

Desde hace una década, el perfil del estudiante medio ha cambiado, teniendo ahora un perfil de edad más amplio y una participación de géneros más compensada. Además, hemos ido adaptando la información de este perfil a medida que la sociedad ha ido avanzando. Esto se representa con la abolición de la dualidad de género para ampliar a otras identidades que no se ven reflejadas en ninguna de las que estaban planteadas de forma histórica.

No obstante, en el presente estudio vamos a poner de manifiesto la existencia de cientos de microsegmentos con los que trabajan nuestros centros y que difieren mucho del alumno medio en edad, perfil económico o intención de estudio.

Por este motivo, algunos de los datos expresados en el Informe Sectorial del año 2022 parecen no encajar con lo que la lógica o nuestra percepción como profesionales nos puede indicar. Un ejemplo de ello es el elevado número de alumnos con nacionalidad rusa que han estudiado en nuestros centros, a pesar de las sanciones impuestas por los países europeos a los ciudadanos rusos y el cierre de fronteras provocado por el conflicto bélico que este país tiene con Ucrania.

Esto no se entendería si no conocíéramos que uno de los microsegmentos existentes en este año 2022 ha sido, precisamente, que los ciudadanos rusos han ampliado sus estancias lingüísticas para no regresar a su país de origen, ante el temor de posibles efectos adversos. A las personas con nacionalidad rusa hay que sumar a las ucranianas (no refugiadas) que accedieron a sus cursos motivados, en parte, por el conflicto mencionado.

Gracias al proyecto de «Escuela ELE con Ucrania», una plataforma solidaria donde los centros FEDELE ofrecían cursos gratuitos a personas refugiadas provenientes de Ucrania, hemos podido observar cómo un gran número de centros trabajan con asociaciones y entidades locales para proveer a refugiados e inmigrantes un aprendizaje del español. El objetivo principal de estos cursos es la integración de personas con ciertas necesidades a la sociedad y, por tanto, aunque suelen tener una rebaja en el precio, los beneficios para el centro tanto personales como profesionales son enormes.

Sin embargo, no todos los microsegmentos que consideramos en este estudio tienen que ver con situaciones geopolíticas, sino también con motivaciones específicas que los centros federados han sabido detectar y resolver gracias a una oferta especializada: se trata de una...
especialización en servicios que conlleva calidad, aumento de cuotas de mercado y valor añadido para los centros.

Entre estos nichos de mercado podemos encontrar los estudiantes de español que forman parte de órdenes religiosas en países de no panhispánicos y que desean aprender el español por diferentes motivos, como internarse en una institución religiosa española o viajar a países a realizar una misión de fe. En este aspecto, existen centros que trabajan con determinadas órdenes, obispados o diócesis para ofrecer cursos específicos tanto por los tecnicismos necesarios como por la sensibilidad de este público, pudiendo integrarlos como parte de un curso ya existente o creando grupos cerrados a religiosos de órdenes de clausura, por ejemplo.

Los equipos de deportes extranjeros son otros de los nichos de mercado que podemos contemplar y que cada vez tienen una importancia mayor en nuestros centros. En este aspecto, siempre se ha tendido a pensar en los equipos de fútbol, pero hay centros que se están especializando en baloncesto, esquí, surf, natación, golf o tenis. Dentro de los programas ofrecidos para esta modalidad, se incluye la formación conjunta a todo el equipo y la contratación de espacios de entrenamientos, actividades deportivas y colaboración con entidades locales para una inmersión completa tanto en lo lingüístico como en lo deportivo.

Uno de los nichos que ayudó a mantener el sector ELE durante los duros meses de la pandemia se ha mantenido durante el 2022 y consideramos que se consolidará en los próximos meses: los nómadas digitales. Este segmento lo integran las personas que, a pesar de que las sedes sus empresas no están en España, teletrabajan desde aquí. Los motivos que llevan a los trabajadores a vivir en España son muy diversos, ya sea por el clima, por el coste de la vida o porque han decidido sumergirse nuestra cultura. En este aspecto, se puede observar como aquellas ciudades con una mayor presencia de nómadas digitales han tenido un aumento de estudiantes individuales que residen en España y sus conocimientos de español son bajos o muy bajos.

El elevado número de alumnos que estudian en nuestros centros cuya finalidad es la obtención de la nacionalidad española no nos permitiría catalogar a este nicho de mercado como microsegmento, pero sí que nos gustaría poner de manifiesto la existencia de este grupo, ya que conforma un alto porcentaje de estudiantes que pasan por nuestros centros. Suelen ser residentes en nuestro país que quieren regularizar su situación accediendo al examen DELE (Diploma de español como lengua extranjera) y a la prueba CCSE (Prueba de conocimientos constitucionales y socioculturales de España).

Por otro lado, también estarían los nichos de mercado por lugares de residencia. Muchos de nuestros centros tienen dentro de sus objetivos la comercialización de sus cursos en rentas altas de países que, a priori, no son tan atractivos por el bajo número de estudiantes que emiten. No obstante, Camerún, Tanzania, Tailandia, Corea del Sur o Singapur son algunas de las regiones donde nuestros centros están encontrando nichos de mercados, acuerdos de
colaboración institucionales y, al final y al cabo, estudiantes con interés en estudiar español en España.

Por último, queremos presentar un nicho de mercado muy interesante que se viene observando en los últimos años: los estudiantes cuya motivación principal para aprender español es una serie de televisión. Los medios audiovisuales como fuente de motivación para los estudiantes hacen que en nuestras aulas existan perfiles que antes no teníamos, tanto por rangos de edad como por conocimiento de nuestro país. No es extraño conocer a estudiantes que conozcan más series españolas que los propios nacionales y esto es otra cuestión que tener en cuenta a la hora de promover acciones de comunicación, crear productos específicos y recorridos inmersivos que atiendan las necesidades de este nicho.

3.3. Hacia nuevos proyectos y nuevas acciones ELE

Como institución, desde la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera nos gusta incluir en nuestro Informe Sectorial algunas anotaciones sobre la estrategia que nuestra entidad llevará a cabo en los próximos meses, así como una visión a largo plazo sobre las mismas. De este modo, volvemos a editar este artículo en el que poder conocer dónde y cómo trabajará la Federación en términos de divulgación del español como lengua extranjera y de las inmersiones lingüísticas en España.

LOS MERCADOS OBJETIVOS:

En este aspecto, durante 2023 tendremos dos mercados principales: Estados Unidos y el centro de Europa. Las dos causas principales para esta decisión son, por un lado, el aumento de estudiantes que estos países emitieron durante los años 2021 y 2022 y que realizaron inmersiones lingüísticas en nuestro país y, por otro lado, el aumento exponencial que presentan estas regiones en cuanto al interés por el español, por su cultura y todo lo que esté relacionado con ella.

Si durante el año 2022 la prioridad fueron mercados cercanos a la hora de realizar actividades presenciales, debido a la alta incertidumbre que planteaba el escenario pos-COVID-19, durante el año 2023 se fomentará la participación en eventos lejanos y con la participación de un mayor número de entidades: entre ellas, nuestros centros federados, que formarán parte de las actividades y acciones que desde FEDELE organicemos.

De cara a 2024, incluiremos otro mercado a nuestra estrategia y que ayudará a recuperar el alumnado perdido en los últimos años de una de las regiones emergentes en cuanto a emisión de estudiantes de español. En este caso nos referimos a la India, con actividades en la ciudad de Mumbay y Nueva Delhi. Esta expansión a oriente nos ayudará a ir recuperando las cuotas perdidas en estos mercados a la espera de la apertura completa de China.
Además, en los próximos meses y gracias a los estudios de demanda y oferta que vamos a realizar desde FEDELE, estudiaremos los países que estén mostrando una mayor evolución en cuanto al interés por el español como lengua extranjera. Así, podremos focalizar esfuerzos en nichos de mercado muy concretos y contar con socios colaboradores a nivel internacional que nos ayuden a dar a conocer nuestro país para recibir estudiantes desde estas regiones.

Es importante que remarcemos también el crecimiento del interés que muestran países africanos como Costa de Marfil, Marruecos o Sudáfrica. En estas regiones, se pretenden realizar otras acciones antes de organizar eventos físicos por parte de FEDELE. Entre ellas, podemos encontrar la invitación de agentes de estas regiones a misiones inversas, la realización de misiones digitales o el envío de material a sedes y organismos que colaboren en promover las inmersiones lingüísticas.

**TIPO DE EVENTOS Y ACTIVIDADES:**

Una de las características que nos deja la post-pandemia es el cambio que han sufrido acciones y eventos de *marketing* también en el sector del español como lengua extranjera. En estos momentos, compradores, alumnado, profesorado y agencias tienen una mayor información sobre la oferta y están más informados antes de que tengan contacto con las entidades oferentes de servicios dentro del sector.

Esto nos lleva a que el tipo de eventos que debemos organizar como institución tienen que contar con un valor añadido más claro para los participantes. Por ello, trabajamos en realizar actividades educativas cuando el público objetivo de la acción son profesores o fomentamos el uso de herramientas educativas cuando la actividad está dirigida a estudiantes, por ejemplo.

Es importante que sepamos valorar qué pretenden conseguir las personas participantes de los eventos y actividades que organicemos en el sector, ya que el aumento de estos puede contribuir a la pérdida de calidad si no se les otorga de una diferenciación clara.

Además, en los próximos meses se debe seguir apostando por acciones híbridas, adaptándonos así a las nuevas necesidades de los interesados, con mayor difusión y alcance.

En cuanto a la comercialización de cursos, es importante que todas las entidades oferentes de enseñanza ELE mejoren sus canales digitales y asuman su responsabilidad en cuanto a accesibilidad universal y buenas prácticas digitales. Es importante que la calidad de sus cursos se vea reflejada también en los canales digitales. Cada vez más, el comprador/estudiante tiende a hacer valoraciones comerciales con la información subjetiva que se encuentra cuando navega por páginas webs o por las campañas que tengamos activas. Usos incorrectos de tipografía, fallos de seguridad, falta de integridad o estrategia harán que su percepción sea negativa y abandone el proceso de compra antes de realizar una acción de compra.
NUEVAS ACCIONES

Durante el año 2023 y, en particular, el próximo 2024, desde FEDELE estudiaremos la posibilidad de desarrollar nuevas acciones para divulgar nuestro idioma fuera de España y promover mejores herramientas a los estudiantes de español una vez viajen a nuestro país.

Por ello, de entre las acciones destacadas tendremos:

- Nuevas becas FEDELE para alumnos de los Instituto Cervantes del mundo.
- Campañas de divulgación en colaboración con entidades como TURESPAÑA con nuevos formatos como vídeos en directo, entrevistas en formato podcasts o material descargable desde nuestro Campus Virtual.
- Formatos novedosos para poner en contacto a agencias y centros internacionales con centros federados.
- Colaboración con instituciones de todo el territorio nacional para crear proyectos conjuntos con el objetivo de beneficiar al alumnado de español en España.

3.4. La creación de redes institucionales como objetivo sectorial

El español en España como sector tiene unas particularidades muy concretas. Por una parte, la dualidad entre turismo y enseñanza, que ya hemos señalado en otras ocasiones; y, por otro lado, las particularidades empresariales con las que contamos: formación no reglada, clientes que en su mayoría no se encuentran en nuestro país, dificultad de homogeneizar estrategias y la existencia de otras instituciones implicadas que no basan su actividad ni en el turismo ni en la enseñanza como, por ejemplo, consulados, áreas responsables de visados y organizaciones encargadas de migraciones.

Esto nos lleva a contemplar cómo nuestro sector tiene unas características muy particulares y cómo nos vemos influenciados por todas las organizaciones que trabajan con ellas. De este modo, en algunas ocasiones el sector ELE actúa como bisagra entre diferentes entidades que trabajan de forma plural y con objetivos diversos. El sector juega un papel canalizador de muchas estrategias y se ve influenciada por proyectos a todos los niveles: de forma local, nacional e internacional.

Por este motivo, vamos a comenzar este estudio reflexionando sobre la importancia de crear redes institucionales y de establecer una colaboración conjunta para poder sacar el máximo rendimiento a la que cada entidad, en sus respectivos campos de actuación, aspiren.

Para la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España, estas relaciones se han ido estrechando cada vez más en los últimos meses y hemos conseguido formar parte de mesas de trabajo y establecer reuniones que nos han permitido gestionar y
promover iniciativas desde el sector privado bien acogidas por las entidades gubernamentales.

Entre las relaciones que existen en la actualidad, podemos destacar las colaboraciones que venimos desarrollando con TURESPAÑA y con todas las oficinas dependientes de este organismo a nivel internacional, además de las relaciones ya existentes con el Instituto Cervantes, como entidad acreditadora y colaboradora a nivel formativo de primer orden. Por último, gracias a un nuevo acuerdo, la Federación es entidad colaboradora de ICEX España Exportación e Inversiones desde 2022.

No obstante, esta red se está extendiendo cada vez más gracias a los ofrecimientos que se han realizado desde diferentes ministerios, como el Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea a través de la Dirección General del Español en el Mundo, y gracias a los contactos con departamentos de inmigraciones, refugiados o consulares, entre otros.

Además, debemos contemplar que el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera cuenta con centros, editoriales, estudiantes y empresas repartidas por todo el territorio nacional, lo que implica una alta diversidad en cuanto a tipologías de turismo, metodologías y servicios dentro de la experiencia de inmersión lingüística. Esto implica, también, la necesidad de crear redes institucionales desde los niveles más cercanos a la ciudadanía: ayuntamientos, diputaciones, empresas públicas turísticas, entidades educativas locales, asociaciones vecinales, etc.

Sin embargo, a pesar de los avances en este aspecto, el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera aún debe afrontar grandes retos y establecer lazos más estrechos con otras entidades que ayuden a superar los grandes obstáculos con los que nos encontramos.

En primer lugar, debemos remarcar la necesidad de establecer una mejor comunicación sobre qué es nuestro sector y cuál es su importancia en España. Es primordial que la ciudadanía entienda el papel fundamental que ejercen los centros de español como lengua extranjera en nuestro país como dinamizadores de las ciudades, como atracción de turistas y también como fomentadores de la multiculturalidad, compartiendo valores, visiones y ética.

En segundo lugar, debemos promover una comprensión institucional del sector. Muchos departamentos de la administración pública no tienen los conocimientos necesarios para valorar el potencial, la calidad y la acreditación con la que cuentan los centros privados de enseñanza. Nuestro sector no es simplemente formación no reglada, sino que es un sector estructurado, certificado y con unos cánones muy bien definidos y controlados. Luchar por esta comprensión y porque los cursos de los centros acreditados por el Instituto Cervantes formen parte, por ejemplo, del listado de cursos del arraigo por formación (una figura creada en el Real Decreto 629/2022 y que permite conseguir un permiso de residencia legal válido por un período de 12 meses a aquellas personas migrantes que lleven 2 años en España y quieran obtener una formación que les ayude a insertarse laboralmente), será una de las tareas en las que el sector tendrá que trabajar en los próximos meses.
Por último, es esencial crear figuras que lideren el sector, ya que será un punto clave a la hora de establecer relaciones entre todos los actores que forman parte de la enseñanza de nuestro idioma. Estas figuras no deben ser únicamente nacionales, sino que debemos dar un paso más allá y crear estructuras internacionales que den soporte a la enseñanza del español como lengua extranjera en todos los ámbitos.

El desarrollo de las relaciones institucionales será para la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera en España uno de los principales objetivos en los próximos meses, donde llevaremos nuestras propuestas a un gran número de entidades, asociaciones privadas y públicas, fundaciones y entidades internacionales, con el fin de compartir objetivos, unificar esfuerzos y dar una cobertura estratégica a todas las acciones que llevamos a cabo con el fin de mejorar la calidad de la enseñanza del español y promover las inmersiones lingüísticas en nuestro país.

3.5. Los objetivos de desarrollo sostenible en el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA?

Por Responsabilidad Social Corporativa, o RSC, se entiende la integración de la gestión económica, ética, social y ambiental en el día a día del negocio, atendiendo las expectativas de los grupos de interés de la empresa. La RSC abarca todos los ámbitos de gestión de una organización. Por eso, implica una serie de aspectos que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, deben considerar.

Según el Pacto Mundial – iniciativa de la ONU para la sostenibilidad empresarial del sector privado – las organizaciones deben trabajar en 4 áreas principales de enfoque para asegurar que las operaciones se desarrollen de forma beneficiosa para las economías y para las sociedades.

- **En el ámbito de los derechos humanos:**
  Se debe apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, y se debe asegurar de que no se es cómplice en la vulneración de estos.

- **En el ámbito laboral:**
  Se debe apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción, apoyar la erradicación del trabajo infantil y apoyar la abolición de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
• **En el medio ambiente:**

Se debe mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente, fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental y favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

• **En contra de la corrupción:**

Se debe trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Por otro lado, los ODS representan principios básicos interrelacionados entre sí que incorporan los desafíos globales a los que se enfrenta la sociedad día a día. Los 17 Objetivos están orientados a centrar esfuerzos para lograr cambios positivos y poner fin a dichos desafíos.

A continuación, se detallan brevemente los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

1. **FIN DE LA POBREZA**
   - **Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.**

2. **HAMBRE CERO**
   - **Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible.**

3. **SALUD Y BIENESTAR**
   - **Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.**

4. **EDUCACIÓN DE CALIDAD**
   - **Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.**

5. **IGUALDAD DE GÉNERO**
   - **Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.**

6. **AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO**
   - **Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.**
Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.

Reducir la desigualdad en y entre los países.

Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Adaptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

Gestionar sosteniblemente los bosques, luchas contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

VENTAJAS Y BENEFICIOS DIRECTOS PARA LAS ESCUELAS EN EL DESARROLLO DE LAS ODS

La aplicación de una estrategia alineada con los ODS representa una ventaja competitiva para las escuelas, permitiendo identificar futuras oportunidades de negocio, fortalecer las relaciones con sus grupos de interés, tener una gestión basada en la eficiencia y mejorar su reputación e imagen, lo que llevaría a las escuelas a mejorar sus resultados económicos.

A continuación, se presentan una serie de oportunidades para los centros federados:

- **ACceso A nuevos mercados**: contribuir a los ODS permitirá a los centros federados acceder a nuevos segmentos de mercado que serán claves en la economía del futuro, como las nuevas tecnologías, la economía circular, los negocios inclusivos, las energías renovables o la economía ecológica.

- **Ahorro en costes**: uno de los beneficios más convincentes es el ahorro de costes. Gracias a algunas medidas como el control del uso de agua y electricidad, medidas de teletrabajo o incluir estrategias paperless, los centros podrán ahorrar en costes.

- **Oportunidades con el sector público**: el acceso a un mayor número de contratos o subvenciones con la administración pública es otro de los beneficios derivados de la integración de los ODS. La Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público incluye aspectos medioambientales o sociales como criterios para la adjudicación de contratos y subvenciones a empresas. Algunos criterios recogidos en dicha ley son: medidas de ahorro y eficiencia energética, la implantación de un plan de igualdad de género o la aplicación de criterios éticos y de responsabilidad social a la prestación contractual.

- **Mejora de la reputación y aumento de la confianza en la marca**: invertir en desarrollo sostenible también puede ayudar a las escuelas a mejorar la reputación e imagen del centro. Por ello, tener una estrategia basada en la Agenda 2030 podría incrementar la confianza en los centros y así incrementar el número de estudiantes.
• **EMPLEADOS CON PROPÓSITOS:** contribuir a los ODS puede aumentar el compromiso y la motivación de los empleados, ya que la Agenda 2030 los hace partícipes de un propósito adicional y compartido: el de construir un mundo más sostenible.

• **ADAPTARSE Y ADELANTARSE A POLÍTICAS Y NORMATIVAS:** se espera que en los próximos años se produzca un aumento de estrategias y normativas en materia de sostenibilidad. Las empresas que integren las ODS en su modelo de negocio encontrarán más fácil su adaptación a las nuevas normativas.

¿POR QUÉ CREAR ESCUELAS SOSTENIBLES?

Desde la Federación de Escuelas de Español en España, FEDELE, entendemos que la sostenibilidad es una herramienta indispensable para propiciar un cambio en el modelo social, primando la solidaridad, la diversidad, la equidad, el desarrollo racional y el bienestar personal y colectivo.

Las escuelas constituyen un escenario clave en el ámbito medioambiental, tanto por el impacto ambiental derivado de las actividades que desarrollan – enseñanza, gestión, administración… - como porque han de tener el compromiso de transmitir y extender entre los estudiantes y los empleados una cultura ambiental basada en la responsabilidad para la protección y mejora del planeta y su sociedad.

La creación de una red de Centros Sostenibles FEDELE es un compromiso social con la mejora ambiental que parte del autoanálisis de los centros educativos, para potenciar la corrección de las deficiencias que se detecten y con el fin de provocar una progresiva ambientalización de la organización de los centros. Para ello, la Federación tiene como objetivo poner en marcha un Plan de Sostenibilidad para fomentar la calidad ambiental y la sostenibilidad en los centros federados pertenecientes a FEDELE.

3.6. **Variables en la elección del destino del turismo idiomático**

Con el presente estudio queremos resolver la incógnita sobre el tipo de estudiantes que atrae cada región de España en la que hay centros federados. En las siguientes líneas se tratará de dilucidar cuáles son las principales diferencias entre asociaciones, así como qué variables de cada región atrae a determinados públicos objetivos.
El sondeo de FEDELE para el año 2022 arroja que Alemania vuelve a ocupar el primer puesto en emisión de estudiantes de español a nuestras aulas, quitándole el primer puesto a Italia (lugar que ocupaba hasta la irrupción de la pandemia). En el segundo puesto, se encuentra el país transalpino, y después Reino Unido.

A pesar de la situación provocada por el conflicto armado tras la invasión rusa a Ucrania, la Federación de Rusia ocupa el puesto séptimo y Ucrania el décimo cuarto.

A continuación, presentamos los principales países emisores de estudiantes al conjunto nacional:

Cuadro 5. Principales países emisores de estudiantes al conjunto nacional de FEDELE:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Federación de Rusia</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Austria</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Dinamarca</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>Suiza</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>Marruecos</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>España</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>Ucrania</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>China</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>Noruega</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>Irlanda</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>Suecia</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>Brasil</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>Bélgica</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>República Checa</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>Túnez</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>Japón</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>Canadá</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>Australia</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cabe destacar también como Estados Unidos vuelve a estar dentro de los tres principales países en envío de estudiantes hacia nuestro país, siendo, junto con la Federación de Rusia, los únicos países no europeos dentro de los diez principales países emisores.

**PRINCIPALES PAÍSES EMISORES POR REGIONES**

Para poder responder a las preguntas planteadas en este estudio, vamos a comparar los países más frecuentes en cada una de las regiones de FEDELE para así poder detectar variables en la elección de destino.

**ESPAÑOL EN ANDALUCÍA:**

Para la asociación de Español en Andalucía, que cuenta con centros en Málaga, Granada, Sevilla, Cádiz y Córdoba, tenemos los siguientes datos:

Cuadro 6. Principales países emisores de estudiantes en Español en Andalucía:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Dinamarca</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Austria</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Suiza</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El primer puesto lo ocupa Alemania, seguido de Italia y Reino Unido. Estados Unidos en esta asociación cae desde el tercer puesto a nivel nacional hasta el séptimo.

Podemos observar cómo la distribución de países de Andalucía es bastante parecida a la nacional. Las cualidades que presenta Andalucía de clima, tradiciones populares mundialmente conocidas y el turismo de sol y playa, arrastran a todas las nacionalidades en una proporción igualitaria.

La situación con Estados Unidos de América debe abordarse en términos de conexiones aéreas, insuficientes durante los meses de 2022. La duración del vuelo y el coste de estos hacen que los estudiantes estadounidenses elijan aquellas regiones con conexiones directas como Barcelona, como veremos más adelante.
Cabe destacar la importancia de Marruecos para la asociación de Español en Andalucía, que concentra 1 de cada 3 estudiantes de esta nacionalidad a nivel nacional. Destaca aquí la variable de cercanía al país emisor y los residentes marroquíes de las ciudades andaluzas.

China, en su lugar, pasa de ocupar el puesto 16 a nivel nacional al 22 en Andalucía. Como veremos más adelante, el alumnado chino se mueve por otras variables como internacionalización del destino, oferta de servicios (Madrid y Barcelona) o especialización de la oferta educativa (Castilla y León). El turista chino, como sucede a nivel nacional, no es atraído por las variables climáticas o el turismo de sol y playa.

Por último, hay que destacar que los estudiantes procedentes de la Federación de Rusia se concentran en Andalucía en regiones muy concretas de la Costa del Sol malagueña, ocupando el decimotercer puesto a nivel regional, en contraposición de la séptima que ocupa a nivel nacional.

**FEDELE BARCELONA**

Esta asociación solo incluye centros de la ciudad de Barcelona y poblaciones cercanas como Castelldefels. Para esta región, tenemos los siguientes datos:

Cuadro 7. Principales países emisores de estudiantes de FEDELE Barcelona:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Federación de Rusia</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Marruecos</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Ucrania</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Brasil</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Para la asociación barcelonesa, encontramos muchas diferencias con el cómputo nacional. De este modo, tenemos que la Federación de Rusia ocupa el primer puesto, frente al séptimo que ocupa a nivel nacional. La existencia de vuelos directos, el conglomerado profesional que significa la ciudad de Barcelona y las características de sol y playa, hacen este destino como uno de los favoritos para los rusos, atrayendo a 1 de cada 3 turistas idiomáticos en 2022.

También cabe destacar la alta participación de estudiantes marroquíes, muy influenciado por la inmigración hacia esta región, su cercanía con Francia (país de preferencia para el público marroquí) y su tejido empresarial.
El turismo italiano para esta asociación representa un mercado menos importante respecto al total nacional, ocupando el octavo puesto, frente al segundo a nivel agregado. Este dato puede explicarse con la proporción de estudiantes individuales que recibe Barcelona. El turista idiomático italiano tiene una proporción mayor de viajes en grupos (escolares, en su mayoría) y Barcelona atrae a un público individual mayor.

Cabe destacar la importancia del mercado brasileño en Barcelona, que ocupa el décimo puesto (a nivel nacional representa el 19), atrayendo a uno de cada dos estudiantes de este país. La multiculturalidad del destino y las conexiones directas de Barcelona con este mercado, hacen atractivo el destino.

FEDELE CASTILLA Y LEÓN

Para el año 2022, estos son los principales mercados emisores de estudiantes a esta asociación con centros en Ávila, Salamanca y Valladolid.

Cuadro 8. Principales países emisores de estudiantes de FEDELE Castilla y León:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Irlanda</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>China</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>España</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Podemos destacar cómo la asociación castellanoleonesa reúne mercados de proximidad, exceptuando Estados Unidos de América y China, casos que analizaremos posteriormente.

Esta asociación, de forma tradicional, ha atraído un gran número de estudiantes que viajaban en grupo (escolares, en su mayoría). A ello se debe la alta representatividad de Francia, Italia, Alemania y Reino Unido, mercados cercanos propensos a los intercambios de idiomas y las inmersiones lingüísticas en ámbitos escolares.

El peso de Estados Unidos y China para este mercado viene dado por ser considerado un destino seguro, más pequeño y, por consiguiente, menos masificado. Además, no podemos soslayar la visión que a nivel internacional tienen ciudades como Salamanca como ciudad universitaria.
La falta de conexiones aéreas con Castilla y León provoca que no cuenten con mercados lejanos o que concentren volúmenes grandes de una determinada nacionalidad, como veíamos en Barcelona.

**FEDELE COMUNIDAD DE MADRID**

La Comunidad de Madrid, con centros en la ciudad de Madrid, cuenta con los siguientes datos en cuanto a países emisores:

Cuadro 9. Principales países emisores de estudiantes de FEDELE Comunidad de Madrid:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>China</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Túnez</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Federación de Rusia</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Como indicábamos anteriormente, las conexiones aéreas de Madrid ayudan a la atracción del público estadounidense, que en este caso ocupa el primer puesto.

Igual que en otras regiones con características similares a nivel económico, como Barcelona, Madrid atrae una proporción de rusos mayor que otras regiones de España. También hay que destacar el alto nivel de personas procedentes de China que, en 2022, viene marcado por un alto número de residentes en esta región.

Debemos tener especial atención sobre Túnez, donde Madrid atrae a 3 de cada 4 estudiantes de esta nacionalidad. Esto se ve influenciado por los acuerdos que determinados centros madrileños tienen desarrollados con el mercado, así como las conexiones directas con esta región.

**FEDELE COMUNIDAD VALENCIANA**

La asociación valenciana reúne a centros de Castellón, Valencia y Alicante, y presenta la siguiente estructura de países emisores:
Alemania ocupa el primer puesto para esta región por dos variables bien diferenciadas: el turismo alemán de sol y playa, y el nómada digital asentado en esta región tras la pandemia.

Al igual que en Andalucía, Estados Unidos de América representa en esta asociación una proporción menor que en el conjunto nacional. Esto se debe, nuevamente, a las conexiones aéreas y también por las preferencias de los estadounidenses por otro tipo de destinos.

Para esta región, el turismo de sol y playa atrae a los países que habitualmente se han movido por estas características. No obstante, sí vemos un cambio hacia otro tipo de turista que viene buscando tradiciones populares (se observa en la concentración de turismo en las fechas de primavera) que tienen ciudades como Valencia.

FEDELE INTERPROVINCIAL

Debido a las características propias de esta asociación, ya que une regiones separadas entre sí, es difícil sacar conclusiones específicas sin realizar un estudio de cada ciudad. No obstante, indicamos los principales países emisores para esta asociación, que engloba las ciudades de: Santiago de Compostela, Ibiza, Mallorca, San Sebastián, Pamplona, Tenerife, Toledo y Bilbao.

Cuadro 10. Principales países emisores de estudiantes de FEDELE Comunidad Valenciana:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Federación de Rusia</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Austria</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>España</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Suiza</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 11. Principales países emisores de estudiantes de FEDELE Interprovincial:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Suiza</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>España</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Ucrania</td>
</tr>
</tbody>
</table>

En este aspecto, si estudiamos en profundidad algunas de las ciudades de la asociación, podemos ver cómo las variables que influyen en el turismo idiomático vuelven a refutar lo ya indicado en otras regiones: la importancia de las conexiones aéreas, la influencia del turismo de sol y playa en aquellas regiones más propensas a éste o cómo influye el tamaño de la ciudad para atraer a perfiles más concretos de estudiantes.

**VARIABLES DE ELECCIÓN:**

Como podemos observar en el desarrollo de este estudio, las variables para elegir un destino u otro a la hora de realizar la inmersión lingüística son variadas, y dependen en gran medida del objetivo y las necesidades del estudiante. No obstante, sí podemos señalar algunas conclusiones:

- Aquellos países que tradicionalmente han viajado a España con variables de sol, playa y clima, siguen teniendo una alta representatividad en aquellos destinos que ofrecen este tipo de turismo.
- Las conexiones aéreas tienen una mayor importancia cuanto más lejos esté el país emisor y el destino del alumnado. Por ello, ciudades como Barcelona o Madrid obtienen mayores porcentajes de estudiantes de mercados lejanos.
- Las estructuras económicas de las ciudades ayudan a la hora de atraer estudiantes de nacionalidades particulares como alemana o rusa. Esto se debe a la alta presencia de nómadas digitales y al intercambio profesional de empresas multinacionales.
- Variables del destino, como su imagen internacional o la reputación de su oferta, influyen en mercados como el asiático o el norteamericano, huyendo de ofertas masivas.
- A nivel local, las campañas y estrategias de *marketing* de los centros pueden aventajar a una región frente a otras en países que pueden ser considerados nichos de mercado.
4.1. Sobre la Federación de Escuelas de Español en España (FEDELE)

Nuestra entidad es otra institución importante dentro del sector ELE en España. FEDELE Español en España, es la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros, compuesta por seis asociaciones, que en su totalidad engloban un centenar de Escuelas de Español como lengua extranjera.

Durante los últimos 20 años, el objetivo principal de FEDELE ha sido promover un estatus de calidad y profesionalidad de las empresas del sector en la Enseñanza de Español en España con una finalidad común: ofrecer una experiencia de inmersión lingüística y cultural de calidad a estudiantes de todo el mundo.

Durante los últimos 20 años, el objetivo principal de FEDELE ha sido promover un estatus de calidad y profesionalidad de las empresas del sector en la Enseñanza de Español en España con una finalidad común: ofrecer una experiencia de inmersión lingüística y cultural de calidad a estudiantes de todo el mundo.

- **Coordinación**: con las diferentes asociaciones afiliadas y los centros de enseñanza de español para que su Junta de Gobierno pueda establecer una política de gestión y actuación general y nacional común.

- **Fomentar**: la defensa de los intereses de los miembros, establecer servicios asistenciales, promover actos de carácter formativo y/o cultural, representación y promoción nacional e internacional.

- **Gestionar y defender** los intereses de nuestro sector y velar por el prestigio y unidad de las asociaciones.

- **Promover** un espíritu de compañerismo y solidaridad entre las escuelas afiliadas.

- **Proveer** herramientas de comunicación, *marketing* y acciones formativas para la mejora del sector ELE en nuestro país en todas sus vertientes.
Impedir la competencia desleal y salvaguardar el prestigio de la enseñanza del español en España en nuestras escuelas.

El centenar de centros que conforman la Federación tienen como identificador común que están reconocidos por el Sistema de Acreditación de Centros del Instituto Cervantes (SACIC) y pertenecen a las distintas asociaciones que conforman la Federación, las cuales son:

- **Asociación de FEDELE de Castilla y León**, con presencia en Ávila, Salamanca y Valladolid, y un total de 16 centros de español.
- **Asociación de Español en Andalucía**, con presencia en Cádiz, Granada, Málaga, Córdoba y Sevilla, y un total de 32 centros de español.
- **Asociación de FEDELE Barcelona**, con un total de 11 centros de español.
- **Asociación de FEDELE Comunidad de Madrid**, con un total de 13 centros de español.
- **Asociación de FEDELE Comunidad Valenciana**, con presencia en Castellón, Valencia y Alicante, con un total de 16 centros de español.
- **Asociación FEDELE Interprovincial**, con presencia en A Coruña, Guipúzcoa, Navarra, Toledo, Ibiza, Palma de Mallorca, Baleares, Vizcaya, Ibiza, Santa Cruz de Tenerife, con un total de 9 centros de español.

**Los Centros que imparten español como lengua extranjera en España**

Desde la Federación, no contamos con el número real de centros que imparten español a nivel nacional. En este aspecto, algunas instituciones, incluida FEDELE, han hecho estimaciones considerando diferentes variables. De este modo, obtenemos lo siguiente:

- Desde FEDELE, realizando un estudio del CNAE, se estimó que la cifra de centros educativos privados que impartían español era de 655 empresas.
- Desde EDUSPAI, se realizó una contabilización de los centros según las asociaciones a las que pertenecían (considerando los centros acreditados por el IC no pertenecientes a FEDELE, los centros FEDELE, las escuelas FECEI, escuelas independientes dentro de los registros del Instituto Cervantes, centros universitarios y fundaciones). Su estimación ascendía a 458 entidades.

Por ello, a nivel general, estimamos que la cifra de centros de español como lengua extranjera en España puede ser de medio millar de centros.

**Sistemas Internacionales de FEDELE**

El Sistema de Agencias y 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 con las agencias 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 finalidad común: ofrecer una experiencia de inmersión lingüística y cultural de calidad a estudiantes de todo el mundo.

Esta red nace con un espíritu de:

- **Coordinación** con las diferentes asociaciones afiliadas y los centros de enseñanza de español, para establecer relaciones internacionales en la divulgación de la lengua y cultura española.
- **Promover** un espíritu de unidad y solidaridad entre las escuelas de España y el resto del mundo.
- **Gestionar** y defender los intereses y velar por el prestigio de las escuelas de español.
- **Fomentar** la defensa de los intereses de los miembros, estableciendo servicios asistenciales, promoviendo actos de carácter formativo o cultural, ofreciendo representación y promoción nacional e internacional y salvaguardando el prestigio de la enseñanza del español en España en todo el mundo.

En estos momentos, FEDELE cuenta con las siguientes agencias internacionales pertenecientes al sistema:

- InterSpain: Japón
- Spanish Language Connections: Holanda
- Devoture: España
- Grow Up: Japón
- Languagecourse: España
- Agrupación Educativa de Lengua Española: Emiratos Árabes Unidos
- Sol Active Tours: España
- SIOC: Noruega
- Class Spain: España
- Five Fox Travel: Italia
- Bilimevi: Turquía
- Terra Study: España
- TTIPS: Reino Unido
- Ynsitu: España

En cuanto a los centros internacionales, FEDELE cuenta con:

- Hispanic Horizons: India
- Tertulia Language: Reino Unido
- Espoir Langues: Marruecos
- Instituto Alborz: Irán
- ESP Club Moscú: Rusia
Bilbao Centro Cultural: Brasil
La Dante en Cambridge: Reino Unido
Cultura Española: Brasil
Modern School of Languages: India
La Mancha: Polonia
Instituto Hispano Brasileiro: Brasil

CRECIMIENTO DE LA FEDERACIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

La Federación en los últimos años ha vivido un crecimiento exponencial respecto a la década anterior. A pesar de las bajas sufridas durante 2020 y 2021, el número de socios federados se ha mantenido estable en los últimos años con la entrada de nuevos centros que han aumentado la nómina de FEDELE hasta los 100 centros federados a 31 de diciembre de 2022.

Además, este año la Federación ha incluido nuevas provincias a su listado de regiones: Córdoba y Vizcaya.

El mapa de regiones en los que tiene presencia FEDELE queda determinado de la siguiente forma:

4.2. Perfil del encuestado

A continuación, se detallan los centros federados que han participado en el presente informe, a los cuales agradecemos el tiempo y el esfuerzo invertidos en este.
Asociación Español en Andalucía

<table>
<thead>
<tr>
<th>NOMBRE DEL CENTRO</th>
<th>LOCALIDAD</th>
<th>PÁGINA WEB</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ACADEMIA BRITÁNICA</td>
<td>Córdoba</td>
<td>acabri.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>TRINITY SCHOOL</td>
<td>Puerto de Santa María</td>
<td>trinity.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>AIL MÁLAGA</td>
<td>Málaga</td>
<td>ailmalaga.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>CASTILA, ESCUELA INTERNACIONAL DE ESPAÑOL</td>
<td>Granada</td>
<td>castila.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>CENTRO DE IDIOMAS QUORUM</td>
<td>Nerja</td>
<td>quorumspain.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>CERVANTES ESCUELA INTERNACIONAL</td>
<td>Málaga</td>
<td>cervantes.to/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>CLIC INTERNATIONAL HOUSE CÁDIZ</td>
<td>Cádiz</td>
<td>clic.es/es/cadiz/</td>
</tr>
<tr>
<td>CLIC INTERNATIONAL HOUSE MÁLAGA</td>
<td>Málaga</td>
<td>clic.es/es/malaga/</td>
</tr>
<tr>
<td>CLIC INTERNATIONAL HOUSE SEVILLA</td>
<td>Sevilla</td>
<td>clic.es/es/sevilla/</td>
</tr>
<tr>
<td>DEBLA CURSOS DE ESPAÑOL</td>
<td>Málaga</td>
<td>debla.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESCUELA HISPALENSE</td>
<td>Tarifa</td>
<td>hispalense.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESCUELA MONTALBÁN</td>
<td>Granada</td>
<td>escuela-montalban.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>IDIOMAS CARLOS V</td>
<td>Sevilla</td>
<td>idiomascarlosv.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>INSTITUTO ANDALUÍS</td>
<td>Málaga</td>
<td>instituto-andalusi.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>INSTITUTO INTERNACIONAL DE IDIOMAS</td>
<td>Marbella</td>
<td>iiischools.com</td>
</tr>
<tr>
<td>INSTITUTO MEDITERRÁNEO SOL</td>
<td>Granada</td>
<td>inmsol.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>K2 INTERNACIONAL</td>
<td>Cádiz</td>
<td>k2internacional.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>LINGUASCHOOLS GRANADA</td>
<td>Granada</td>
<td>linguaschools.es/granada/</td>
</tr>
<tr>
<td>MALACA INSTITUTO – CLUB HISPÁNICO</td>
<td>Málaga</td>
<td>malaca instituto.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>MÁLAGA PLUS</td>
<td>Málaga</td>
<td>malagaplus.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>COLEGIO MARAVILLAS</td>
<td>Benalmádena</td>
<td>maravillas.es/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ONSPAIN</td>
<td>Málaga</td>
<td>onspainschool.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX MÁLAGA</td>
<td>Málaga</td>
<td>enforex.com/espanol/escuela-malaga.html</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX MARBELLA</td>
<td>Marbella</td>
<td>enforex.com/espanol/escuela-marbella.html</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX SEVILLA</td>
<td>Sevilla</td>
<td>enforex.com/espanol/escuela-sevilla.html</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX GRANADA</td>
<td>Granada</td>
<td>enforex.com/espanol/escuela-granada.html</td>
</tr>
<tr>
<td>PROYECTO ESPAÑOL – GRANADA</td>
<td>Granada</td>
<td>proyecto-es.com/es/proyecto-espanol-granada</td>
</tr>
<tr>
<td>SAINT GABRIEL INTERNATIONAL</td>
<td>Sevilla</td>
<td>stgabriel.es</td>
</tr>
<tr>
<td>SLC MARBELLA</td>
<td>Marbella</td>
<td>spanishlanguagec.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>TENIDIOMAS</td>
<td>Jerez de la Frontera</td>
<td>tenidiomas.com/</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### FEDELE Barcelona

<table>
<thead>
<tr>
<th>NOMBRE DEL CENTRO</th>
<th>LOCALIDAD</th>
<th>PÁGINA WEB</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ESCUELA MEDITERRÁE</td>
<td>Barcelona</td>
<td>escuelamediterraneo.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>TANDEM BARCELONA</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bcnlip Language School</td>
<td>Barcelona</td>
<td>bcnlip.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>IDEALOG</td>
<td>Castelldefels</td>
<td><a href="https://ideallog.es/">https://ideallog.es/</a></td>
</tr>
<tr>
<td>CAMINO BARCELONA S.L.</td>
<td>Barcelona</td>
<td>caminobarcelona.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>LINGUASCHOOLS BARCELONA</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX BARCELONA</td>
<td></td>
<td>enforex.com/espanol/escuela-barcelona.html</td>
</tr>
<tr>
<td>DON QUIJOTE BARCELONA</td>
<td></td>
<td>donquijote.org/es/aprende-espanol-espana/barcelona/</td>
</tr>
<tr>
<td>BCN LANGUAGES</td>
<td></td>
<td>bcnlanguages.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>OLÉ LANGUAGES</td>
<td></td>
<td>oelanguages.com/</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### FEDELE Castilla y León

<table>
<thead>
<tr>
<th>NOMBRE DEL CENTRO</th>
<th>LOCALIDAD</th>
<th>PÁGINA WEB</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>COLEGIO DELIBES</td>
<td>Salamanca</td>
<td>colegiodelibes.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>HISPANO CONTINENTAL</td>
<td>Salamanca</td>
<td>hispacon.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>INTERNATIONAL HOUSE VALLADOLID - CALIFORNIA SCHOOL SLU</td>
<td>Valladolid</td>
<td>ihvalladolid.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>SALMÍNTER - CURSOS DE ESPAÑOL</td>
<td>Salamanca</td>
<td>salminter.com/es</td>
</tr>
<tr>
<td>SPANISH COURSES UNAMUNO (ASEL, SL)</td>
<td>Salamanca</td>
<td>spanishcoursesunamuno.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>BERCEO SALAMANCA</td>
<td>Salamanca</td>
<td>berceo.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTUDIO SAMPERE SALAMANCA</td>
<td>Salamanca</td>
<td>sampere.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>TIA TULA, COLEGIO DE ESPAÑOL</td>
<td>Salamanca</td>
<td>tiatula.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>LINGUA GLOBE</td>
<td>Salamanca</td>
<td>lingua-globe.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>COLEGIO DE ESPAÑA</td>
<td>Salamanca</td>
<td>colegioespana.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>LETRA HISPÁNICA</td>
<td>Salamanca</td>
<td>letrahispanica.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX SALAMANCA</td>
<td>Salamanca</td>
<td>enforex.es/academias/salamanca.html</td>
</tr>
<tr>
<td>DON QUIJOTE SALAMANCA</td>
<td></td>
<td>donquijote.org/es/aprende-espanol-espana/salamanca/</td>
</tr>
<tr>
<td>DICE SALAMANCA</td>
<td></td>
<td>dicesalamanca.com/</td>
</tr>
</tbody>
</table>
FEDELE Comunidad de Madrid:

<table>
<thead>
<tr>
<th>NOMBRE DEL CENTRO</th>
<th>LOCALIDAD</th>
<th>PÁGINA WEB</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>INTERNATIONAL HOUSE MADRID, S.A.</td>
<td>Madrid</td>
<td>ihmadrid.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTUDIO SAMPERE MADRID</td>
<td>Madrid</td>
<td>sampere.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>INHISPANIA</td>
<td>Madrid</td>
<td>inhispania.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ACADEMIA PARANINFO</td>
<td>Madrid</td>
<td>paraninfo.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>ACADEMIA INTERNACIONAL DE IDIOMAS EN MADRID</td>
<td>Madrid</td>
<td>ailmadrid.com</td>
</tr>
<tr>
<td>EUREKA. SCHOOL OF SPANISH LANGUAGE</td>
<td>Madrid</td>
<td>eurekamadrid.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>LAE MADRID- LA AVENTURA ESPAÑOLA</td>
<td>Madrid</td>
<td>laemadrid.com</td>
</tr>
<tr>
<td>ACADEMIA CONTACTO</td>
<td>Madrid</td>
<td>academiacontacto.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>TANDEM ESCUELA INTERNACIONAL</td>
<td>Madrid</td>
<td>tandem-madrid.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>VAMOS LA ESCUELA DE ESPAÑOL</td>
<td>Madrid</td>
<td>vamosmadrid.net/</td>
</tr>
<tr>
<td>ENFOREX MADRID</td>
<td>Madrid</td>
<td>enforex.es</td>
</tr>
<tr>
<td>DON QUIJOTE MADRID</td>
<td>Madrid</td>
<td>donquijote.org</td>
</tr>
</tbody>
</table>

FEDELE Comunidad Valenciana

<table>
<thead>
<tr>
<th>NOMBRE DEL CENTRO</th>
<th>LOCALIDAD</th>
<th>PÁGINA WEB</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>COLEGIO INTERNACIONAL</td>
<td>Alicante</td>
<td>colegiointernacionalalicante.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>ACADEMIA LA PAGODA</td>
<td>Valencia</td>
<td>lapagoda.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESPAÑOLÉ IH VALENCIA</td>
<td>Valencia</td>
<td>espanoleschool.com/es/</td>
</tr>
<tr>
<td>HISPANIA, ESCUELA DE ESPAÑOL</td>
<td>Valencia</td>
<td>hispania-valencia.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>TARONJA</td>
<td>Valencia</td>
<td>spanishcoursespain-valencia.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>COSTA DE VALENCIA, ESCUELA DE ESPAÑOL</td>
<td>Valencia</td>
<td>costadevalencia.com/</td>
</tr>
<tr>
<td>AIP LANGUAGE INSTITUTE</td>
<td>Valencia</td>
<td>aipidiomas.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>INTEREUROPA</td>
<td>Valencia</td>
<td>intereuropa.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>ÁGIL SPANISH INSTITUTE</td>
<td>Castellón</td>
<td>spanish.agilcentros.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>PROYECTO ESPAÑOL – ALICANTE</td>
<td>Alicante</td>
<td>proyecto-es.com/es</td>
</tr>
<tr>
<td>TLCDÉNIA</td>
<td>Dénia</td>
<td>tlcdenia.es/</td>
</tr>
<tr>
<td>DON QUIJOTE VALENCIA</td>
<td>Valencia</td>
<td>donquijote.org/es/aprende-espanol-espana/valencia/</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTUDIO SAMPERE ALICANTE</td>
<td>Alicante</td>
<td>sampere.com/es/cursos-espanol-alicante/</td>
</tr>
</tbody>
</table>
4.3. Metodología de estudio

4.3.1. Objetivo del estudio

El objetivo principal de este trabajo es mostrar, tomando como referentes los centros federados, la realidad del sector de la enseñanza del español como lengua extranjera en España desde sus diferentes aristas: perspectiva económica, perfil de la oferta y la demanda, variables sociodemográficas de los estudiantes y perfil del centro educativo ELE privado en España.

El sondeo realizado entre los centros federados y su correspondiente estudio nos llevará a tener respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles han sido las variaciones experimentadas por el sector a nivel absoluto y relativo en 2022 con respecto a los años anteriores? ¿Cuál es el estado general del sector en nuestro país según los datos del último ejercicio?
- ¿Cuál ha sido la generación de riqueza producida por los centros federados a nivel país y en cada una de las regiones donde se localizan?
- ¿Cuáles son las principales variables del sector que nos permitan crear acciones de marketing y promoción en los próximos meses?
4.3.2. **Ámbito de estudio**

La Federación cuenta en el año 2022 con un total de 100 centros federados, de los cuales realizaron el sondeo **88 centros**.

Los centros federados son aquellos centros que tienen el español como lengua extranjera dentro de su catálogo de servicios, que están acreditados por el Instituto Cervantes y que han sido aceptados en la asociación regional que les corresponde. La posesión del sello de acreditación del Instituto Cervantes es condición indispensable para que un centro pueda ingresar en la correspondiente asociación regional y, por lo tanto, ser miembro de pleno derecho en FEDELE.

El Instituto Cervantes solo otorga el reconocimiento de «Centro Acreditado por el Instituto Cervantes» a entidades dedicadas a la enseñanza del español como lengua extranjera que han suscrito un contrato de acreditación con esta entidad. Para su obtención, deben obtener un dictamen favorable que acredite el cumplimiento de los criterios técnico-académicos establecidos y de los requisitos legales que se requieren para poder ejercer la actividad en el sector.

En cuanto a los detalles técnicos de la encuesta:

- **Ámbito territorial**: la encuesta ha sido realizada en todo el territorio nacional donde la Federación tiene presencia, teniendo índices de respuesta similares en todas las regiones.
- **Población de estudio**: la encuesta ha sido lanzada a la totalidad de los centros federados, respondiendo el 88% de ellas.
- **Ámbito temporal**: los datos obtenidos se refieren al plazo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022. La encuesta se realizó entre el 16 de diciembre de 2022 y el 31 de enero de 2023.
- **Fuente de información**: resultados obtenidos de la encuesta realizada a través de la plataforma QuestionPro (aplicación de software para la realización de encuestas en línea).

4.3.3. **Grados de incertidumbre y confianza**

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completadas que ha recibido nuestro sondeo para el Informe Sectorial 2022. 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 en cuenta:

- **Tamaño de la población**: la totalidad de centros federados (100).
- **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: 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 poblaciones:

\[
n = \frac{z^2(p-q)}{e^2 + \frac{z^2(p-q)}{N}}
\]

- \(n\) = 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 característica deseada (fracaso)
- \(e\) = Nivel de error dispuesto a cometer
- \(N\) = Tamaño de la población

Dependiendo qué entendamos por población, tendremos diferentes grados de confianza e incertidumbre:

- Grado de incertidumbre y confianza para la totalidad de los centros acreditados:

Concluimos que, para un tamaño de la muestra de 88, se tiene un nivel de confianza del 99 % y un margen de error del 5 %, lo que determina que las extrapolaciones al total de los centros federados darán valores bastante cercanos a la realidad.

- Grado de incertidumbre y confianza para la totalidad de centros acreditados por el Instituto Cervantes en España:

Para un tamaño de la muestra de 88 centros, tendríamos un nivel de confianza del 98 % y un margen de error menor al 9,5 %, lo que determina que las extrapolaciones al total de los centros federados darán valores bastante cercanos a la realidad.

- Grado de incertidumbre y confianza para la totalidad de centros ELE en España:

Tomando como referente el estudio titulado «El impacto económico de los estudiantes internacionales en España», donde se estima un total de 458 entidades dedicadas a la enseñanza del español como lengua extranjera en nuestro país, FEDELE representa alrededor del 20 % de estas instituciones. Por ello, los datos que se muestran en el presente Informe Sectorial pueden ser extrapolados al conjunto de centros ELE en España, siempre que asumamos un margen de error del 15 % y un nivel de confianza del 95 %.
4.4. **Sobre los datos del Informe**

4.4.1. **Evolución por años**


4.4.2. **Distinción del tamaño de la escuela**

Este año, las escuelas se han distinguido exclusivamente por el número de estudiantes en sus centros, teniendo las siguientes categorías:

- Tipo A: escuelas con un número de estudiantes inferior a 500 en 2022.
- Tipo B: escuelas con un número de estudiantes entre 500 y 1000 en 2022.
- Tipo C: escuelas con un número de estudiantes superior a 1000 en 2022.

4.4.3. **Distinción entre cursos intensivos, semi-intensivos y extensivos**

La distinción de los cursos por número de horas de clases a la semana se ha realizado de la siguiente forma:

- Cursos intensivos: aquellos que tienen una carga lectiva mayor a 25 horas por semana.
- Cursos semi-intensivos: la carga lectiva está entre 15 y 25 horas por semana.
- Cursos extensivos: cuentan con menos de 15 horas de carga lectiva a la semana.

4.4.4. **Reformulación y eliminación de preguntas**

Con el fin de que puedan compararse el Informe Sectorial de 2019 con el del presente año, indicamos que se han realizado las siguientes modificaciones:

- Se ha introducido una nueva variable a la pregunta de «género del estudiante», incluyendo la categoría «no binario». Los motivos que nos han llevado a realizar esta actualización son:
  - En primer lugar, el hecho de entender que no todos los mercados emisores (países) están en el mismo momento social en el que se encuentra España, y se han comenzado a detectar críticas de estudiantes, procedentes de mercados muy concretos, que no se sienten identificados con las variables de género expuestas en nuestro Informe Sectorial. Ante esta situación, la lista de encuestados que no respondían a esta pregunta iba en aumento en los últimos años.
Por otro lado, está el hecho de la creación del sello de «Escuela Socialmente Responsable» por parte de FEDELE, donde uno de sus pilares de trabajo es la integración de todas las personas en los centros ELE, independientemente de la variabilidad cultural, social, física o identitaria que posean. Por ello, y para obedecer a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), se ha incluido esta categoría.

Por último, se pensó en los objetivos que perseguía el Informe Sectorial. Entre estos objetivos encontramos no solo representar la realidad del sector a modo divulgativo, sino el hecho de que el Informe Sectorial sea una herramienta para la creación de estrategias de marketing y comercialización. En este aspecto, se considera idóneo incluir esta tercera categoría para poder adaptar mejor las acciones de marketing de los centros, asumiendo la existencia de distintos roles y estudiando si el sector debe crear acciones específicas o no centradas en estos perfiles sociodemográficos.

- Se han introducido nuevas variables a la pregunta de «servicios ofrecidos por los centros», ateniéndonos a la realidad actual.
5.1. Evolución del número de estudiantes

5.1.1. Resultados globales

Este año, como diferencia a los Informes Sectoriales que hemos realizado con anterioridad desde FEDELE, hemos separado las semanas contabilizadas por nuestros centros federados y el número total de estudiantes. Este cambio se produce ante la complejidad que tiene la contabilización de semanas. Por ello, haremos un estudio específico para entender los datos recogidos en el año 2022.

En las próximas líneas, iniciamos el estudio de las respuestas ofrecidas por los centros participantes. Comenzamos con el análisis del total de estudiantes recibidos en 2022, así como el número de semanas que esos alumnos permanecieron en nuestros centros.

Ambos estudios deben ser observados con cautela este año 2022, pues continuamos con un porcentaje elevado de estudiantes residentes en las ciudades donde realizan sus estudios, bien por inmigración, por ser trabajadores desplazados (aquellos que realizan su labor profesional en países distintos de los que cotizan) o por largas residencias en nuestro país (como le pasa al mercado ruso o chino).

En el siguiente cuadro (cuadro 12), podemos observar la evolución en el número total de estudiantes y semanas que ha recibido la Federación a lo largo de los años. Se debe tener en cuenta que los diferentes estudios están basados en diferentes tamaños poblacionales de la muestra, dada la entrada de nuevas escuelas federadas:

Cuadro 12: Evolución del número total de estudiantes del conjunto de la Federación (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Año</th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número total de estudiantes</td>
<td>100 889</td>
<td>123 538</td>
<td>138 589</td>
<td>53 530</td>
<td>100 140</td>
</tr>
<tr>
<td>90 escuelas en FEDELE</td>
<td>98 escuelas en FEDELE</td>
<td>100 escuelas en FEDELE</td>
<td>97 escuelas en FEDELE</td>
<td>100 escuelas en FEDELE</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>


2 Fe de errata: en el Informe Sectorial 2018 este dato presentaba un error de cálculo. En este informe está subsanado y la cuantía real es 123 538 alumnos.
Dado que las bases poblacionales no son las mismas, estos datos no pueden ser tomados para conocer la evolución del sector. En su lugar, estimamos todos los resultados a una misma base, en este caso 100 escuelas, con el objetivo de conocer la progresión real:

Cuadro 13: Evolución del número total de estudiantes y número total de semanas estimado a 100 escuelas (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número total de estudiantes</td>
<td>112 098</td>
<td>126 059</td>
<td>138 589</td>
<td>55 184</td>
<td>100 140</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Gracias a este último cuadro (cuadro 13), podemos observar como la tendencia ascendente de los últimos años (2017-2019) ha sido interrumpida por el valor de los años 2020 y 2021. Esto viene provocado, como ya se ha señalado anteriormente, por las consecuencias aún palpables de la crisis provocada por COVID-19 durante el año 2022, con cierres de fronteras en países como China y por el conflicto armado entre Rusia y Ucrania.

En el siguiente cuadro, podemos observar la progresión interanual de la serie histórica 2017-2022:

Cuadro 14: Progresión interanual\(^3\) en el número de estudiantes de los centros ELE en España

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Progresión interanual en el número de estudiantes</td>
<td>1 %</td>
<td>12 %</td>
<td>10 %</td>
<td>- 60 %</td>
<td>81 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Progresión en base a 2017 en el número de estudiantes</td>
<td>-</td>
<td>12 %</td>
<td>24 %</td>
<td>- 49 %</td>
<td>-11%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El número de estudiantes que han cursado sus estudios en centros FEDELE durante el año 2022 es de \textbf{100 140}, lo que representa un \textit{72,18} % del total de estudiantes del año 2019.

\(^3\) Atención: la progresión del año 2021 es estudiada en base a 2019, debido a la falta de datos del año 2020 debido a la crisis provocada por el COVID-19.
Esto representa, en consecuencia, una caída del sector del 27,82 % con respecto al dato prepandemia (2019). Se trata de un valor que, a pesar de mostrar un crecimiento con respecto a 2021 del 81 %, aún pueden observarse una pérdida del mercado con respecto a 2019.

A pesar de que la sensación generalizada del sector es de recuperación plena, tenemos algunas cuestiones que nos han llevado a anotar esta falta de estudiantes durante 2022, respecto a 2019:

- El mercado asiático, con China como principal país emisor, ha emitido un número significativamente menor a los que teníamos previos a la pandemia. Esto se debe al cierre de fronteras realizado por el gobierno chino durante todo 2022 y cuya relajación de medidas no tendrá un impacto en nuestro sector hasta el segundo trimestre de 2023, según datos consultados a la Consejería de Turismo de España en Cantón.
- Además, a pesar de que nuestros centros han contado con estudiantes en sus centros con nacionalidad rusa, ha habido poca rotación de estudiantes, ampliando estos el número de semanas que han pasado en nuestros centros cursando estudios. Esto nos lleva a que el número de semanas de estudiantes con nacionalidad rusa sea similar al de otros años, pero el número de estudiantes sea significativamente menor. Lo mismo ocurre con el país ucraniano.
- La inflación ha ralentizado la recuperación de nuestro sector, situándonos en cifras de estudiantes similares a las obtenidas en 2016 y aún con un porcentaje elevado de estudiantes que recuperar con respecto al año histórico de 2019.

Gráfico 4: Evolución en el número de estudiantes en centros FEDELE (2017 – 2022)

![Gráfico de barras](image-url)

5.1.2. Resultados regionales

A continuación, se presentan los datos para cada una de las asociaciones de FEDELE. Debemos tener en cuenta que la asociación de FEDELE Interprovincial reúne centros de realidades locales muy diferentes, por lo que las extrapolaciones a las diferentes ciudades son más complicadas de realizar que para el resto.

Recordamos que las estimaciones se han realizado con medias ponderadas según los tipos de centros con una muestra de 88 centros de un total poblacional de 98, un nivel de confianza del 99 % y un margen de error menor al 10 %.

Cuadro 15: Distribución del número de estudiantes por regiones (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>30 274</td>
<td>38 261</td>
<td>51 567</td>
<td>19 371</td>
<td>35 048</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>11 877</td>
<td>10 380</td>
<td>15 200</td>
<td>8146</td>
<td>11 094</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>20 091</td>
<td>37 352</td>
<td>17 133</td>
<td>2562</td>
<td>10 180</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>11 877</td>
<td>12 652</td>
<td>17 936</td>
<td>9101</td>
<td>13 203</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>21 125</td>
<td>26 551</td>
<td>28 112</td>
<td>11 302</td>
<td>22 259</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>5645</td>
<td>6821</td>
<td>8641</td>
<td>3048</td>
<td>7548</td>
</tr>
<tr>
<td>Total FEDELE</td>
<td>100 889</td>
<td>123 538</td>
<td>138 589</td>
<td>53 530</td>
<td>100 140</td>
</tr>
</tbody>
</table>


---

4 Debemos tener en cuenta que, durante el año 2020, FEDELE Baleares se integró dentro de la asociación de FEDELE Interprovincial, lo que ha obligado a recalcular las series históricas.
En cuanto a los crecimientos interanuales, los observamos en la siguiente tabla:

Cuadro 16: Crecimientos interanuales\(^5\) del número de estudiantes por regiones (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Español en Andalucía</strong></td>
<td>14,53%</td>
<td>34,78%</td>
<td>-62,44%</td>
<td>80,93%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Barcelona</strong></td>
<td>-24,08%</td>
<td>46,44%</td>
<td>-46,41%</td>
<td>36,19%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Castilla y León</strong></td>
<td>74,98%</td>
<td>-54,13%</td>
<td>-85,05%</td>
<td>297,35%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad de Madrid</strong></td>
<td>-2,43%</td>
<td>41,76%</td>
<td>-49,26%</td>
<td>45,07%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad Valenciana</strong></td>
<td>17,83%</td>
<td>5,88%</td>
<td>-59,80%</td>
<td>96,95%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Interprovincial</strong></td>
<td>-14,43%</td>
<td>41,06%</td>
<td>-64,73%</td>
<td>147,64%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Como podemos observar en los cuadros anteriores (Cuadros 15 y 16), la asociación regional que más estudiantes ha recibido en 2022 es Español en Andalucía, con un total de 35 048 estudiantes. Seguida por la Comunidad Valenciana con 22 259 estudiantes. FEDELE Comunidad de Madrid y FEDELE Barcelona serían las siguientes por entrada de estudiantes.

En cuanto a los crecimientos interanuales, tenemos que FEDELE Castilla y León triplica los obtenidos en 2021. Esto se debe a que la recuperación de esta asociación en 2021 fue insuficiente y ha concentrado gran parte de su crecimiento en el ejercicio de 2022. También es destacable la recuperación de FEDELE Interprovincial que duplica el número de estudiantes con respecto a 2021.

No obstante, debemos indicar que todas las asociaciones se encuentran en niveles más bajos que los obtenidos en 2019. Para poder estudiar este concepto, generamos el siguiente cuadro (cuadro 17) para comparar la situación en 2022 con la que teníamos antes de la pandemia:

---

### Cuadro 17: Comparativa en el número de estudiantes de 2022 con referencia 2019

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Alumnos en 2019</th>
<th>Alumnos en 2022</th>
<th>Diferencia de alumnos</th>
<th>Nivel de recuperación</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>51 567</td>
<td>35 048</td>
<td>16 519</td>
<td>67,97 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>15 200</td>
<td>11 094</td>
<td>4106</td>
<td>72,99 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>17 133</td>
<td>10 180</td>
<td>6953</td>
<td>59,42 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>17 936</td>
<td>13 203</td>
<td>4733</td>
<td>73,61 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>28 112</td>
<td>22 259</td>
<td>5853</td>
<td>79,18 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>8641</td>
<td>7548</td>
<td>2093</td>
<td>78,29 %</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Total FEDELE</strong></td>
<td><strong>138 589</strong></td>
<td><strong>100 140</strong></td>
<td><strong>38 449</strong></td>
<td><strong>72,26 %</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>


Vemos en el cuadro anterior cómo las asociaciones de FEDELE Comunidad Valenciana y FEDELE Interprovincial son aquellas que obtienen unos mayores índices de recuperación con respecto a 2019, situándose en cuotas cercanas al 80 % de lo obtenido antes de pandemia. Por el contrario, sigue siendo FEDELE Castilla y León la que presenta una recuperación más lenta, con el 59,42 % de las cuotas de 2019.

Cabe destacar cómo, a pesar de que Español en Andalucía es la asociación con mayor entrada de estudiantes en 2021, su índice de recuperación es del 67,97 %, por lo que existen aún bastantes márgenes para el crecimiento en 2023.
5.2. Evolución del número de semanas

5.2.1. Resultados globales

Como indicábamos anteriormente, hemos separado el número de semanas del número total de estudiantes al entender que este índice requiere este año de un estudio pormenorizado debido a diferentes casuísticas que han trastocado la progresión natural de este.

En los últimos años hemos visto una progresión positiva del número medio de semanas que nuestros estudiantes pasaban en nuestras aulas, con crecimientos sostenidos que se pueden observar en el siguiente cuadro (cuadro 18):

Cuadro 18: Número medio de semanas por estudiantes en la serie histórica (2017-2021)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número de semanas contabilizadas</td>
<td>281 373</td>
<td>314 795</td>
<td>473 836</td>
<td>207 066</td>
</tr>
<tr>
<td>Media de semanas por estudiante</td>
<td>2,51</td>
<td>2,49</td>
<td>3,41</td>
<td>3,75</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Sondeos de FEDELE en el período indicado. Elaboración propia.
Durante toda la serie histórica en la que se ha estudiado este componente, la forma de contabilizar este dato ha acarreado una serie de complicaciones para los centros, ya que se consideraban por igual semanas intensivas o extensivas.

De esta forma, este año desde FEDELE se quiso normalizar la contabilización de semanas estableciendo un número de horas para calcular estas de 15 horas por semana. Este dato ha hecho que el número de semanas se haya disparado hasta las 512 065 semanas, con una media de 5,11 semanas por estudiante.

Cuando se analiza el sondeo, se puede observar cómo existe una gran disparidad entre centros que cuentan con una proporción de cursos extensivos y aquellos con mayor presencia de grupos escolares o cursos intensivos. Además, los centros que han contabilizado un mayor número de estudiantes procedentes de Rusia, China y Ucrania tienen índices muy superiores a los observados en años anteriores.

Si observamos la mediana de las semanas por estudiante en el sondeo de 2022, podemos observar que este índice se encuentra en 4 semanas por estudiante, siguiendo la tendencia observada en el cuadro 18.

Cuadro 19: Contabilización total del número de semanas en la serie histórica 2017-2022

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número de semanas contabilizadas</td>
<td>281 373</td>
<td>314 795</td>
<td>473 836</td>
<td>207 066</td>
<td>512 065(^6)</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Si eliminamos aquellos valores excepcionalmente atípicos por las apreciaciones anteriormente citadas (mercados de larga estancia y diferenciación la contabilización de semanas), tenemos los siguientes datos:

Cuadro 20: Contabilización total del número de semanas en la serie histórica 2017-2022 eliminando los datos excepcionalmente atípicos

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número de semanas contabilizadas</td>
<td>281 373</td>
<td>314 795</td>
<td>473 836</td>
<td>207 066</td>
<td>400 150</td>
</tr>
</tbody>
</table>


\(^6\) Debemos tener en cuenta el cambio de contabilización de semanas en este sondeo 2022 y los valores atípicos que muestran alumnos de países como Rusia, Ucrania o China.
En cuanto a las semanas contabilizadas por los centros FEDELE eliminando las respuestas atípicas, tenemos un total de 400 150 semanas, lo que implica una caída respecto a 2019 del 15,56 \%.

Este año, la mediana de semanas por estudiante es de 4: esto implica que cada estudiante pasa una media de 4 semanas en nuestros centros. Si consideramos aquellos centros con un alto número de cursos extensivos o los mercados de larga estancia en España, esta cifra se eleva a 5,11 semanas por estudiante, como hemos citado con anterioridad. Veremos en próximas ediciones de este estudio si, una vez se eliminen las variables mencionadas, se consolidan los datos o, en cambio, vuelven a la progresión normal esperada.

Podemos ver estos datos de forma visual en el siguiente gráfico (Gráfico 6):

**Gráfico 6: Evolución y tendencia en el número semanas en centros FEDELE eliminando los datos excepcionalmente atípicos (2017 – 2022)**

![Gráfico 6](image)


5.2.2. **Resultados regionales**

Del mismo modo, vamos a estudiar el número de semanas que se han contabilizado para cada asociación y que podemos observar en el cuadro 21, teniendo en cuenta para cada una de ellas los centros que no han participado en el sondeo y las apreciaciones antes marcadas.
### Cuadro 21: Distribución del número de semanas por regiones (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>77 983</td>
<td>96 172</td>
<td>152 911</td>
<td>35 208</td>
<td>122 658</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>47 125</td>
<td>36 814</td>
<td>89 814</td>
<td>26 546</td>
<td>165 496</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>41 452</td>
<td>53 049</td>
<td>53 566</td>
<td>10 151</td>
<td>17 781</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>51 513</td>
<td>46 064</td>
<td>65 260</td>
<td>29 825</td>
<td>64 184</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>74 479</td>
<td>70 322</td>
<td>86 283</td>
<td>90 657</td>
<td>130 411</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>13 016</td>
<td>12 374</td>
<td>26 002</td>
<td>8437</td>
<td>11 535</td>
</tr>
</tbody>
</table>


### Cuadro 22: Contabilización total del número de semanas en la serie histórica 2017-2022 eliminando los datos excepcionalmente atípicos

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>77 983</td>
<td>96 172</td>
<td>152 911</td>
<td>35 208</td>
<td>95 850</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>47 125</td>
<td>36 814</td>
<td>89 814</td>
<td>26 546</td>
<td>129 326</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>41 452</td>
<td>53 049</td>
<td>53 566</td>
<td>10 151</td>
<td>13 895</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>51 513</td>
<td>46 064</td>
<td>65 260</td>
<td>29 825</td>
<td>50 156</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>74 479</td>
<td>70 322</td>
<td>86 283</td>
<td>90 657</td>
<td>101 909</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>13 016</td>
<td>12 374</td>
<td>26 002</td>
<td>8437</td>
<td>9014</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Para poder estudiar el crecimiento de cada año respecto al anterior, generamos la siguiente tabla (Cuadro 23):

### Cuadro 23: Crecimientos interanuales del número de semanas por regiones (2018-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Español en Andalucía</strong></td>
<td>23,3%</td>
<td>59,0%</td>
<td>-77,0%</td>
<td>248,38%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Barcelona</strong></td>
<td>-21,9%</td>
<td>144,0%</td>
<td>-70,4%</td>
<td>523,43%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Castilla y León</strong></td>
<td>28,0%</td>
<td>1,0%</td>
<td>-81,0%</td>
<td>75,16%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad de Madrid</strong></td>
<td>-10,6%</td>
<td>41,7%</td>
<td>-54,3%</td>
<td>115,20%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad Valenciana</strong></td>
<td>-5,6%</td>
<td>22,7%</td>
<td>5,1%</td>
<td>43,85%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Interprovincial</strong></td>
<td>-4,9%</td>
<td>110,1%</td>
<td>-67,6%</td>
<td>36,72%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El cuadro anterior (Cuadro 23) nos indica algunas de las cuestiones que ya hemos apuntado durante este Informe Sectorial: aquellas regiones con un mayor número de estudiantes rusos, ucranianos y chinos de larga duración han ampliado enormemente el número de semanas durante 2022. Así, asociaciones como FEDELE Barcelona (cuyo principal país emisor durante 2022 fue el ruso), Español en Andalucía y FEDELE Comunidad de Madrid se encuentran a la cabeza en aumento del número de semanas con respecto a 2021.

Debemos señalar el caso particular de FEDELE Comunidad Valenciana, donde en 2021 superó el número de semanas de 2019, siendo la única asociación en mantener cuotas prepandemia y que en 2022 crece, aunque no tanto como el resto.

FEDELE Comunidad Valenciana es aquella asociación con mayor número de semanas contabilizadas.

### Cuadro 24: Índices de semanas por estudiante por regiones (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Índice de semanas por estudiante</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Español en Andalucía</strong></td>
<td>3,5</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Barcelona</strong></td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Castilla y León</strong></td>
<td>1,75</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad de Madrid</strong></td>
<td>4,86</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Comunidad Valenciana</strong></td>
<td>5,86</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FEDELE Interprovincial</strong></td>
<td>1,52</td>
</tr>
</tbody>
</table>


---

En el cuadro anterior (Cuadro 24) podemos comprobar cómo aquellas asociaciones con un mayor porcentaje de estudiantes grupales y programas intensivos (FEDELE Castilla y León y FEDELE Interprovincial), frente a aquellos destinos con un alto número de estudiantes extensivos y de larga duración (FEDELE Barcelona y FEDELE Comunidad Valenciana).

5.3. Estudiantes individuales frente a estudiantes en grupo

5.3.1. Datos globales

En el siguiente apartado de nuestro estudio, comenzaremos a analizar cuáles han sido las modalidades de viaje de estos estudiantes, en concreto, si estos vienen de forma individual o en grupo. Estudiar estas categorías nos permite crear una imagen real de la estructura de los viajes y la tipología de los alumnos, ya que cada perfil tiene sus propias características y variables.

Gráfico 7. Estudiantes según la forma de su viaje (2022)


En este aspecto, concluimos que, en el año 2022, un total de 58,63 % de los alumnos viajaron de forma individual, y el 41,37 %, en grupo (gráfico 7). Este dato nos ofrece una visión sobre la reactivación de los viajes grupales que, en el año 2019, representaban un 45,82 %, frente a los 54,18 % en grupos. A continuación, presentamos la tabla comparativa con 2019, 2021 y 2022 (cuadro 25):
Cuadro 25. Evolución de los estudiantes en modalidad individual frente a grupos en el periodo 2019, 2021 y 2022

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alumnos individuales</td>
<td>54,18 %</td>
<td>77,72 %</td>
<td>58,63 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Alumnos en grupos</td>
<td>45,82 %</td>
<td>22,28 %</td>
<td>41,37 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


 Esto nos lleva a confirmar la reactivación de los alumnos en modalidad grupal, volviendo a las cuotas de 2019.

5.3.2. Datos por regiones

En cuanto a la composición de los viajes por regiones, nos encontramos con que no existen grandes disparidades entre asociaciones. FEDELE Barcelona es la región con mayor número de alumnos individuales, con un 73,42 % que concuerda con las ideas anteriormente planteadas en cuanto a duración de la estancia de los alumnos y el perfil del estudiante.

La reactivación de los grupos de escolares podemos observarlo en la siguiente tabla (Cuadro 26), donde encontramos valores más acordes a los que encontrábamos en 2019:


<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Porcentaje de alumnos en grupo 2019</th>
<th>Porcentaje de alumnos en grupo 2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>45,90 %</td>
<td>47,35 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>25,40 %</td>
<td>26,57 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>65,30 %</td>
<td>57,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>37,80 %</td>
<td>31,80 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>47,00 %</td>
<td>31,58 %</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>44,80 %</td>
<td>37,10 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Con estos datos, además de reafirmarnos en la reactivación progresiva de los grupos de escolares, vemos como algunas asociaciones como FEDELE Comunidad Valenciana y FEDELE Interprovincial mantienen un elevado número de alumnos individuales.

A continuación, vemos la tabla resumen (gráfico 8) con los resultados estadísticos del año 2022 referente a los alumnos individuales frente a los alumnos en grupo por regiones federadas.
5.4. Carga lectiva de los cursos seleccionados por los estudiantes

5.4.1. Datos globales

Los centros federados ofrecen una amplia variedad de cursos que varían en función del objetivo, el contenido o la metodología empleada. No obstante, el estudio de este tipo de cursos lo realizaremos más adelante, cuando estudiemos el perfil del centro federado.

En este apartado, independientemente del tipo de curso, nuestra intención es segmentar todos ellos en función a una única variable: el número de horas por semana que el alumno le dedica.

De este modo, podemos conocer si el alumnado elige sus cursos de idiomas para combinarlo con otras actividades o, por el contrario, realiza estancias con mayor carga lectiva y, por ende, mayor implicación horaria.

Hemos creado tres categorías de cursos, según la carga lectiva semanal de cada uno de ellos:

- Se denominan cursos intensivos aquellos que tienen una mayor carga lectiva, con más de 25 horas por semana.
- Se denominan cursos semi-intensivos aquellos que tienen una carga lectiva entre 15 y 25 horas semanales.
- Se denominan cursos extensivos aquellos que tienen una carga menor a las 15 horas por semana.

En el siguiente gráfico (gráfico 9) se clasifican los estudiantes según la carga lectiva de los cursos escogidos:

Gráfico 9. Tipos de cursos elegidos según el número de horas a la semana (2022)

Vemos que los tipos de cursos con una carga lectiva semi-intensiva son los más comunes, seguido de los cursos extensivos.

A continuación, nos gustaría poder realizar un estudio pormenorizado de la serie histórica de este valor, pero, al cambiar las variables que definen cada categoría, no podemos llevarla a cabo.

No obstante, introducimos la tabla indicativa (cuadro 27) de los valores anteriores para poder realizar algunos comentarios:

Cuadro 27. Evolución tipos de cursos (2017-2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017</th>
<th>2018</th>
<th>2019</th>
<th>2021</th>
<th>2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cursos intensivos (cursos de más de 15 horas a la semana)</td>
<td>73 %</td>
<td>75 %</td>
<td>74 %</td>
<td>20 %</td>
<td>24 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos semi-intensivos (cursos de 5 a 15 horas a la semana)</td>
<td>14 %</td>
<td>14 %</td>
<td>16 %</td>
<td>46 %</td>
<td>57 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos extensivos (cursos de menos de 5 horas a la semana)</td>
<td>13 %</td>
<td>11 %</td>
<td>10 %</td>
<td>34 %</td>
<td>19 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Para entender el cuadro anterior (Cuadro 27), debemos precisar que en el año 2021 cambiamos el número de horas que categorizaban un curso intensivo, semi-intensivo y extensivo. Por ello, los valores en la serie histórica de 2017 a 2019, difiere a la de 2021 y 2022. No obstante, podemos observar cómo los datos han ido convergiendo hacia una mayor presencia de cursos semi-intensivos y la recuperación con respecto a 2019 de los cursos intensivos, muy influenciado por la vuelta de los grupos escolares.

5.4.2. Datos por regiones

Por segundo año consecutivo, en el Informe Sectorial de FEDELE vamos a estudiar si existen diferencias en las cargas lectivas de los cursos dependiendo de las asociaciones en las que se encuentren los centros.

En el siguiente gráfico (gráfico 10), podemos observar las diferencias entre regiones:

Gráfico 10. Tipos de cursos elegidos en cada una de las asociaciones (2022)

Como podemos observar, FEDELE Barcelona es la que cuenta con un menor índice de cursos intensivos frente a Comunidad de Madrid, que este tipo de cursos representa el 40 % respecto del total.

5.5. Generación de riqueza

En este apartado sobre la generación de riqueza, cabe destacar que no nos referimos a los ingresos que los centros reciben de los estudiantes u otras actividades que realizan, sino a la riqueza total que los estudiantes dejan en nuestro país gracias a la labor de los centros federados y al turismo idiomático que realizan estos perfiles.

El gasto medio de nuestro alumnado es de 500 € a la semana (que incluye alojamiento, visitas culturales, ocio, manutención, matrícula, curso y demás actividades, sin contar los vuelos u otros servicios contratados en la ciudad de origen). Para el cálculo de la generación de riqueza hemos eliminado aquellos valores excepcionalmente altos y que indican larga estancia en nuestro país y, por tanto, no pueden considerarse turismo idiomático como tal. Con estos datos, extraemos las siguientes conclusiones:

Cuadro 28. Riqueza generada por los centros FEDELE (2021)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Riqueza generada por los centros FEDELE durante 2021</th>
<th>200 075 000 €</th>
</tr>
</thead>
</table>

En comparación con el año 2021, donde la riqueza generada por los centros FEDELE fue de un total de 97 424 600 €, nos encontramos con un progreso positivo de este índice en línea con el aumento de las semanas y de los estudiantes.

En cuanto a la riqueza generada por cada asociación en sus regiones, obtenemos los siguientes datos:

Cuadro 29. Riqueza generada por las asociaciones FEDELE en cada región (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Riqueza generada en el año 2022</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>47 925 164,48 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>64 662 908,42 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>6 947 425,77 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>25 078 093,21 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>50 954 431,22 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>4 506 976,90 €</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Estos datos nos invitan a reflexionar sobre la importancia del sector de la enseñanza del español como lengua extranjera en nuestro país y en la generación de riqueza que representa para el conjunto de España.
En el Informe Sectorial FEDELE 2022, vamos a realizar un profundo estudio sobre el perfil del estudiante, las variables sociodemográficas que lo definen y sus preferencias. Este estudio completa los realizados en años anteriores, y hace que el presente informe sea más útil a la hora de conocer al estudiante e implementar estrategias de marketing basadas en él.

6.1. Perfil sociodemográfico

Es el momento de estudiar las variables sociodemográficas que definen a nuestro estudiante en el año 2023 y sus diferencias con los años anteriores.

En este aspecto, en el siguiente gráfico (gráfico 11) vemos la distribución de los alumnos por género:

Gráfico 11. Distribución de los alumnos según su género

Este año, un 57,6 % del alumnado son mujeres, frente al 38,3 % que son hombres. Hay un aumento en la proporción de mujeres respecto a 2021, pero aún lejos del 65 % que obtuvo el género femenino en 2018 y 2019.

Por tanto, tenemos una mayor presencia de hombres en nuestras aulas en 2022, aunque el perfil del alumnado continúa siendo el de mujer.

En cuanto a la distribución por regiones, no se observa ninguna región con datos destacables o fuera de la media expuesta para todo el territorio que abarca la Federación.

Pasamos ahora a segmentar al alumnado según sus edades, estableciendo las siguientes categorías de edad:

- Infantil: de 0 a 11 años
- Adolescentes: de 12 a 18 años
- Jóvenes: de 19 a 25 años
- Adultos: de 26 a 45 años
- Maduros: de 46 a 65 años
- Seniors: mayores de 65 años

Las franjas de edades se pueden ver representadas en el siguiente gráfico (gráfico 12):

Gráfico 12. Distribución de los alumnos dependiendo de su edad (2022)

Si comparamos el año 2022 con los años anteriores, observamos cómo uno de los perfiles que más cambios ha sufrido es el de 12 a 18 años, pasando de valores comprendidos entre el 31 % y el 33 % en años anteriores a representar un 16,43 % en 2021 y a recuperarse en 2022 hasta la cuota del 24,84 %. Esto viene provocado por la paralización de los grupos escolares.

En su defecto, las franjas de edad comprendidas entre los 19 a 45 años consolidan la tendencia que se ha venido observando durante los años 2018 y 2019, donde ambos grupos están igualados en cuanto a presencia de estudiantes. Recordamos que, en los años 2016 y 2017, el perfil más común de la Federación era el de 19 a 25 años, con cuotas cercanas al 35 %, frente al perfil de 26 a 45 años, que tan solo obtenía un 24 %. Esto nos hace consolidar el perfil de jóvenes y adultos como los más presentes en nuestras aulas.

Por regiones, existen variaciones significativas en la edad de los alumnos de cada asociación. Por este motivo, introducimos el gráfico 13, donde podrán observarse todas estas variaciones:
Gráfico 13. Distribución de los alumnos según la edad en las diferentes asociaciones FEDELE (2022)
Como datos destacados, podemos señalar cómo la Asociación de Español en Andalucía cuenta con un amplio volumen de estudiantes de entre 12 y 18 años, frente a FEDELE Barcelona que obtiene el menor porcentaje en esta franja de edad. También es destacable la casi nula presencia de mayores de 65 en FEDELE Barcelona.

En cuanto a la procedencia de estos estudiantes, aunque lo analizamos en otro punto del presente informe (6.3), destacamos las primeras 25 nacionalidades de estos alumnos, que se pueden observar en el siguiente cuadro (Cuadro 30).

Cuadro 30. Principales países emisores de estudiantes al conjunto nacional de FEDELE:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Puesto que ocupan</th>
<th>Países</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Alemania</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Italia</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Estados Unidos de América</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Francia</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Países Bajos</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Federación de Rusia</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Austria</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Polonia</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Dinamarca</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>Suiza</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>Marruecos</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>España</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>Ucrania</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>China</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>Noruega</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>Irlanda</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>Suecia</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>Brasil</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>Bélgica</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>República Checa</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>Túnez</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>Japón</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>Canadá</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>Australia</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Podemos destacar que el estudiante, en el año 2022, es principalmente europeo, con 7 de 10 países del listado. Estados Unidos es el primer país no europeo emisor de estudiantes, en tercera posición, seguido por Rusia en séptima posición, que sube de la décima en el año 2021. Marruecos cae del noveno puesto en 2021 al duodécimo en 2022.
6.2 Preferencia en tipos de cursos

En el punto 5.3 del presente informe hacíamos referencia a los tipos de cursos según el número de horas. A continuación, vemos todos los tipos de cursos dependiendo del objetivo o de su principal valor diferenciador. Para ello, nos hemos centrado en los cursos habituales de nuestros centros federados.

En la categoría «otros» se incluyen cursos que nuestros centros ofrecen con menor frecuencia y que pueden ser consultados en el punto 7.2 de este documento.

En los siguientes gráficos (gráfico 14 y gráfico 15), puede observarse la distribución de los alumnos según la finalidad del curso escogido, donde un año más prevalece el curso general de lengua y cultura (con un 65 % de los alumnos).

Gráfico 14. Distribución de los alumnos según la finalidad de los cursos escogidos (2022)

- Preparación DELE/CCSE
- Español más prácticas
- Formación de profesores
- Cursos en línea
- Con actividades culturales
- Con cursos deportivos
- Acceso a la universidad
- Español de negocios
- Clases privadas
- Español para juveniles
- Español para seniors
- Español para campamento de verano

Gráfico 15. Distribución de los alumnos según la finalidad de los cursos escogidos (2022)


Tenemos que la preparación del DELE/CCSE ocupa ya un 11,37 % de los cursos por su finalidad. Los cursos vinculados a actividades culturales van tomando peso en el total de los cursos con un 28,95 %.

6.3 Mercados emisores de estudiantes

6.3.1 Datos globales

A continuación, vamos a estudiar los principales mercados emisores de estudiantes para los miembros de la Federación y, posteriormente, haremos las distinciones por cada asociación federada.

El siguiente gráfico (gráfico 16), nos muestra que un 67,22 % del alumnado de nuestros centros en 2022 es europeo (frente al 65,45 % de 2019).
El mercado europeo gana posiciones con respecto a 2021, pasando de un 67,22 % a la cifra del 75,62 %. En contraposición, disminuye aún más la presencia de estudiantes asiáticos en nuestras aulas, pasando de un 12,93 % de 2021 al 9,78 % (en 2019 esta cuota tenía niveles cercanos al 20 %).

El mercado africano, aunque baja con respecto a 2021, sigue manteniéndose en niveles altos respecto a 2019, cuando se encontraba en un 2,39 %. Probablemente, este factor se vea influenciado por el número de inmigrantes que han utilizado la pandemia para examinarse de las pruebas DELE\(^8\) y, posteriormente, del CCSE\(^9\).

El resto de los mercados se mantienen estables en comparación con los años anteriores.

En el siguiente cuadro (cuadro 31), encontramos los principales países emisores de alumnos\(^{10}\). En el presente Informe Sectorial, al contrario que en años anteriores, no realizaremos una comparativa con el año 2019, ya que los índices son todos negativos debido a la situación de

---

8 Diplomas del Español como Lengua Extranjera – Título oficial expedido por el Instituto Cervantes
9 Prueba de Conocimientos Culturales y Sociales de España – Título oficial expedido por el Instituto Cervantes y requisito indispensable para obtener la nacionalidad española.
10 El número de alumnos que se presenta es el estimado para el conjunto de la Federación (100 centros).
excepcionalidad que hemos vivido durante el año 2021. Se pueden consultar las tablas de alumnos por países emisores de los años anteriores en el Informe Sectorial de FEDELE 201911.

Cuadro 31. Países emisores de alumnos a los centros FEDELE (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>Estudiantes 2022</th>
<th>Índice respecto al total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>16000</td>
<td>16,66%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>10456</td>
<td>10,89%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>7413</td>
<td>7,72%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reino Unido</td>
<td>7071</td>
<td>7,36%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>7030</td>
<td>7,32%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>5925</td>
<td>6,17%</td>
</tr>
<tr>
<td>Rusia</td>
<td>4394</td>
<td>4,58%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>3590</td>
<td>3,74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>3271</td>
<td>3,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>3098</td>
<td>3,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>2672</td>
<td>2,78%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>2201</td>
<td>2,29%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>2174</td>
<td>2,26%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>1761</td>
<td>1,83%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>1733</td>
<td>1,80%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>1715</td>
<td>1,79%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>1611</td>
<td>1,68%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>1159</td>
<td>1,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>943</td>
<td>0,98%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>881</td>
<td>0,92%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Checa</td>
<td>830</td>
<td>0,86%</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>699</td>
<td>0,73%</td>
</tr>
<tr>
<td>Túnez</td>
<td>670</td>
<td>0,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>614</td>
<td>0,64%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>595</td>
<td>0,62%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>552</td>
<td>0,57%</td>
</tr>
<tr>
<td>Argelia</td>
<td>456</td>
<td>0,47%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>398</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>392</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Finlandia</td>
<td>345</td>
<td>0,36%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>324</td>
<td>0,34%</td>
</tr>
<tr>
<td>Luxemburgo</td>
<td>239</td>
<td>0,25%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irán</td>
<td>238</td>
<td>0,25%</td>
</tr>
<tr>
<td>Portugal</td>
<td>232</td>
<td>0,24%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

11 Este informe puede ser consultado a través de la página web de fedele.org.
<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>Población</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Eslovaquia</td>
<td>206</td>
<td>0,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Arabia Saudí</td>
<td>193</td>
<td>0,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Filipinas</td>
<td>192</td>
<td>0,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Egipto</td>
<td>187</td>
<td>0,19%</td>
</tr>
<tr>
<td>Montenegro</td>
<td>159</td>
<td>0,17%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kazajistán</td>
<td>149</td>
<td>0,16%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistán</td>
<td>144</td>
<td>0,15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Emiratos Árabes Unidos</td>
<td>140</td>
<td>0,15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Israel</td>
<td>138</td>
<td>0,14%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estonia</td>
<td>121</td>
<td>0,13%</td>
</tr>
<tr>
<td>Rumania</td>
<td>118</td>
<td>0,12%</td>
</tr>
<tr>
<td>Serbia</td>
<td>112</td>
<td>0,12%</td>
</tr>
<tr>
<td>Grecia</td>
<td>111</td>
<td>0,12%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bulgaria</td>
<td>107</td>
<td>0,11%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vietnam</td>
<td>87</td>
<td>0,09%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovenia</td>
<td>87</td>
<td>0,09%</td>
</tr>
<tr>
<td>Belarús</td>
<td>86</td>
<td>0,09%</td>
</tr>
<tr>
<td>Croacia</td>
<td>77</td>
<td>0,08%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jordania</td>
<td>74</td>
<td>0,08%</td>
</tr>
<tr>
<td>Iraq</td>
<td>72</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>México</td>
<td>69</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nueva Zelanda</td>
<td>69</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bangladesh</td>
<td>67</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Letonia</td>
<td>66</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sudáfrica</td>
<td>65</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Líbano</td>
<td>63</td>
<td>0,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kuwait</td>
<td>60</td>
<td>0,06%</td>
</tr>
<tr>
<td>Singapur</td>
<td>58</td>
<td>0,06%</td>
</tr>
<tr>
<td>Senegal</td>
<td>57</td>
<td>0,06%</td>
</tr>
<tr>
<td>Lituania</td>
<td>54</td>
<td>0,06%</td>
</tr>
<tr>
<td>Islandia</td>
<td>53</td>
<td>0,06%</td>
</tr>
<tr>
<td>Argentina</td>
<td>51</td>
<td>0,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nigeria</td>
<td>50</td>
<td>0,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Perú</td>
<td>50</td>
<td>0,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Tailandia</td>
<td>49</td>
<td>0,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Colombia</td>
<td>44</td>
<td>0,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Qatar</td>
<td>41</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Congo</td>
<td>40</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ghana</td>
<td>40</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Malta</td>
<td>40</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ecuador</td>
<td>39</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Árabe Siria</td>
<td>38</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Indonesia</td>
<td>38</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>País</td>
<td>Código</td>
<td>Porcentaje</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------------</td>
<td>--------</td>
<td>------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Venezuela</td>
<td>37</td>
<td>0,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Yemen</td>
<td>33</td>
<td>0,03%</td>
</tr>
<tr>
<td>Georgia</td>
<td>32</td>
<td>0,03%</td>
</tr>
<tr>
<td>San Marino</td>
<td>27</td>
<td>0,03%</td>
</tr>
<tr>
<td>Chipre</td>
<td>25</td>
<td>0,03%</td>
</tr>
<tr>
<td>Etiopía</td>
<td>23</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Democrática del Congo</td>
<td>22</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Niger</td>
<td>19</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Unida de Tanzania</td>
<td>18</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Albania</td>
<td>18</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Libia</td>
<td>15</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turkmenistán</td>
<td>15</td>
<td>0,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Camerún</td>
<td>13</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Chile</td>
<td>13</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Uruguay</td>
<td>13</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dominica</td>
<td>12</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Costa de Marfil</td>
<td>11</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sudán</td>
<td>11</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Moldova</td>
<td>11</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kenya</td>
<td>10</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ruanda</td>
<td>10</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mozambique</td>
<td>10</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Dominicana</td>
<td>10</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Azerbaiyán</td>
<td>10</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Malí</td>
<td>9</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Omán</td>
<td>9</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Armenia</td>
<td>9</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gambia</td>
<td>8</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Omán</td>
<td>8</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Antigua y Barbuda</td>
<td>8</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nicaragua</td>
<td>8</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Uzbekistán</td>
<td>8</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Panamá</td>
<td>7</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bolivía</td>
<td>7</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Costa Rica</td>
<td>7</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Centroafricana</td>
<td>6</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Haití</td>
<td>5</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Níger</td>
<td>5</td>
<td>0,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Angola</td>
<td>4</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mauritania</td>
<td>4</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nepal</td>
<td>4</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kirguistán</td>
<td>4</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Myanmar</td>
<td>4</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>País</td>
<td>Alumnos</td>
<td>Porcentaje</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------</td>
<td>---------</td>
<td>------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Gabón</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vanuatu</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mongolia</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Zambia</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Zimbawe</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Madagascar</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Cuba</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Benín</td>
<td>3</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Malasia</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Uganda</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Chad</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Paraguay</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sri Lanka</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Barbados</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Macedonia del Norte</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bosnia y Herzegovina</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Andorra</td>
<td>2</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Togo</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Burkina Faso</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sudán del Sur</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Guinea Ecuatorial</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Côte d’Ivoire</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Niue</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sierra Leona</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vanuatu</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mauricio</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jamaica</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>El Salvador</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mónaco</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Micronesia</td>
<td>1</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>OTROS</strong></td>
<td><strong>12</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Total</strong></td>
<td><strong>4100</strong></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>


Estos son los países emisores de alumnos en 2022, todos aquellos países que no aparecen en el listado no han enviado estudiantes a nuestros centros. Un total de 4100 alumnos se catalogan en «otros», que incluyen apátridas, estudiantes sin datos y fallos en la contabilización de estos.

12 En esta categoría se contemplan los estudiantes apátridas o que no han aceptado que se compartan su información de nacionalidad.
A continuación, vamos a conocer la distribución del alumnado por nacionalidades en cada una de las asociaciones federadas. Se muestran en la clasificación solo los 40 países que más estudiantes reciben las asociaciones.

Cuadro 32. Principales países emisores por número de alumnos hacia la Asociación de Español en Andalucía (2022):

<table>
<thead>
<tr>
<th>País emisor</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>7180</td>
<td>20,49%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>4267</td>
<td>12,17%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
<td>2650</td>
<td>7,56%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>2444</td>
<td>6,97%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>2160</td>
<td>6,16%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>1971</td>
<td>5,62%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>1704</td>
<td>4,86%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>1607</td>
<td>4,59%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>1345</td>
<td>3,84%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>963</td>
<td>2,75%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>837</td>
<td>2,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>813</td>
<td>2,32%</td>
</tr>
<tr>
<td>Federación de Rusia</td>
<td>725</td>
<td>2,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>547</td>
<td>1,56%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>506</td>
<td>1,44%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Checa</td>
<td>486</td>
<td>1,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>469</td>
<td>1,34%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>413</td>
<td>1,18%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>401</td>
<td>1,14%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>252</td>
<td>0,72%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>200</td>
<td>0,57%</td>
</tr>
<tr>
<td>Finlandia</td>
<td>166</td>
<td>0,47%</td>
</tr>
<tr>
<td>Montenegro</td>
<td>159</td>
<td>0,45%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>147</td>
<td>0,42%</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>140</td>
<td>0,40%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>129</td>
<td>0,37%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>123</td>
<td>0,35%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovaquia</td>
<td>109</td>
<td>0,31%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Informe Sectorial FEDELE 2022

<table>
<thead>
<tr>
<th>País emisor</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Estonia</td>
<td>107</td>
<td>0,31%</td>
</tr>
<tr>
<td>Portugal</td>
<td>104</td>
<td>0,30%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>79</td>
<td>0,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Túnez</td>
<td>75</td>
<td>0,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>61</td>
<td>0,17%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irán</td>
<td>57</td>
<td>0,16%</td>
</tr>
<tr>
<td>Serbia</td>
<td>53</td>
<td>0,15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Israel</td>
<td>47</td>
<td>0,13%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>46</td>
<td>0,13%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bulgaria</td>
<td>42</td>
<td>0,12%</td>
</tr>
<tr>
<td>Malta</td>
<td>36</td>
<td>0,10%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>920</td>
<td>2,62%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 33. Principales países emisores por número de alumnos hacia FEDELE Barcelona (2022):

<table>
<thead>
<tr>
<th>País emisor</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Federación de Rusia</td>
<td>1299</td>
<td>10,91%</td>
</tr>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>1186</td>
<td>9,96%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>1099</td>
<td>9,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
<td>911</td>
<td>7,65%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>644</td>
<td>5,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>638</td>
<td>5,36%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>579</td>
<td>4,86%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>510</td>
<td>4,28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>426</td>
<td>3,58%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>387</td>
<td>3,25%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>319</td>
<td>2,68%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>304</td>
<td>2,55%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>237</td>
<td>1,99%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>232</td>
<td>1,95%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>186</td>
<td>1,56%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>176</td>
<td>1,48%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>170</td>
<td>1,43%</td>
</tr>
<tr>
<td>Túnez</td>
<td>133</td>
<td>1,12%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>113</td>
<td>0,95%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>93</td>
<td>0,78%</td>
</tr>
<tr>
<td>País emisor</td>
<td>Total de alumnos estimados</td>
<td>ÍNDICE</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------------</td>
<td>----------------------------</td>
<td>----------</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>92</td>
<td>0,77%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>88</td>
<td>0,74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>83</td>
<td>0,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>81</td>
<td>0,68%</td>
</tr>
<tr>
<td>Portugal</td>
<td>70</td>
<td>0,59%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Checa</td>
<td>69</td>
<td>0,58%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>64</td>
<td>0,54%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irán</td>
<td>58</td>
<td>0,49%</td>
</tr>
<tr>
<td>Filipinas</td>
<td>57</td>
<td>0,48%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>51</td>
<td>0,43%</td>
</tr>
<tr>
<td>Belarús</td>
<td>47</td>
<td>0,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Argelia</td>
<td>44</td>
<td>0,37%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>42</td>
<td>0,35%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>39</td>
<td>0,33%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistán</td>
<td>37</td>
<td>0,31%</td>
</tr>
<tr>
<td>Arabia Saudí</td>
<td>31</td>
<td>0,26%</td>
</tr>
<tr>
<td>Egipto</td>
<td>28</td>
<td>0,24%</td>
</tr>
<tr>
<td>Rumanía</td>
<td>21</td>
<td>0,18%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovaquia</td>
<td>21</td>
<td>0,18%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>893</td>
<td>7,50%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 34. Principales países emisores por número de alumnos hacia FEDELE Castilla y León (2022):
<table>
<thead>
<tr>
<th>País emitidor</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>1 604</td>
<td>12,15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>1 532</td>
<td>11,60%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>952</td>
<td>7,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>932</td>
<td>7,06%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 35. Principales países emisores por número de alumnos hacia FEDELE Comunidad de Madrid (2022):
<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>Total</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
<td>823</td>
<td>6,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>549</td>
<td>4,16%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>525</td>
<td>3,98%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>493</td>
<td>3,73%</td>
</tr>
<tr>
<td>Túnez</td>
<td>434</td>
<td>3,29%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>335</td>
<td>2,54%</td>
</tr>
<tr>
<td>Federación de Rusia</td>
<td>226</td>
<td>1,71%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>217</td>
<td>1,64%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>216</td>
<td>1,64%</td>
</tr>
<tr>
<td>Luxemburgo</td>
<td>213</td>
<td>1,61%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>210</td>
<td>1,59%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>194</td>
<td>1,47%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>193</td>
<td>1,46%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>189</td>
<td>1,43%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>183</td>
<td>1,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>175</td>
<td>1,33%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>173</td>
<td>1,31%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>170</td>
<td>1,29%</td>
</tr>
<tr>
<td>Emiratos Árabes Unidos</td>
<td>123</td>
<td>0,93%</td>
</tr>
<tr>
<td>Egipto</td>
<td>121</td>
<td>0,92%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>119</td>
<td>0,90%</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>115</td>
<td>0,87%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irán</td>
<td>110</td>
<td>0,83%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>105</td>
<td>0,80%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>103</td>
<td>0,78%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>93</td>
<td>0,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>91</td>
<td>0,69%</td>
</tr>
<tr>
<td>Arabia Saudí</td>
<td>91</td>
<td>0,69%</td>
</tr>
<tr>
<td>Grecia</td>
<td>61</td>
<td>0,46%</td>
</tr>
<tr>
<td>Filipinas</td>
<td>60</td>
<td>0,45%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kazajstán</td>
<td>54</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kuwait</td>
<td>53</td>
<td>0,40%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vietnam</td>
<td>52</td>
<td>0,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>51</td>
<td>0,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jordania</td>
<td>50</td>
<td>0,38%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>328</td>
<td>2,48%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cuadro 36. Principales países emisores por número de alumnos hacia **FEDELE Comunidad Valenciana** (2022):

<table>
<thead>
<tr>
<th>País emisor</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>3131</td>
<td>14,07%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>2605</td>
<td>11,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Federación de Rusia</td>
<td>2054</td>
<td>9,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>1843</td>
<td>8,28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>1414</td>
<td>6,35%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
<td>1379</td>
<td>6,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>1069</td>
<td>4,80%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>833</td>
<td>3,74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>805</td>
<td>3,62%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>713</td>
<td>3,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>672</td>
<td>3,02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>463</td>
<td>2,08%</td>
</tr>
<tr>
<td>Argelia</td>
<td>339</td>
<td>1,52%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>335</td>
<td>1,51%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>283</td>
<td>1,27%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>266</td>
<td>1,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>243</td>
<td>1,09%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>229</td>
<td>1,03%</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>222</td>
<td>1,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Checa</td>
<td>176</td>
<td>0,79%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>168</td>
<td>0,75%</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>156</td>
<td>0,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>122</td>
<td>0,55%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>120</td>
<td>0,54%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>114</td>
<td>0,51%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>91</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>87</td>
<td>0,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>77</td>
<td>0,35%</td>
</tr>
<tr>
<td>Finlandia</td>
<td>63</td>
<td>0,28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kazajstán</td>
<td>63</td>
<td>0,28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistán</td>
<td>51</td>
<td>0,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>46</td>
<td>0,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Rumanía</td>
<td>46</td>
<td>0,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovaquia</td>
<td>40</td>
<td>0,18%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bulgaria</td>
<td>35</td>
<td>0,16%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Informe Sectorial FEDELE 2022

<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>Total de alumnos estimados</th>
<th>ÍNDICE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>1877</td>
<td>24,87%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos de América</td>
<td>799</td>
<td>10,59%</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>793</td>
<td>10,51%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reino Unido de G. B. e Irlanda del Norte</td>
<td>698</td>
<td>9,25%</td>
</tr>
<tr>
<td>Países Bajos</td>
<td>554</td>
<td>7,34%</td>
</tr>
<tr>
<td>Francia</td>
<td>417</td>
<td>5,52%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suiza</td>
<td>401</td>
<td>5,31%</td>
</tr>
<tr>
<td>Polonia</td>
<td>225</td>
<td>2,98%</td>
</tr>
<tr>
<td>España</td>
<td>203</td>
<td>2,69%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ucrania</td>
<td>159</td>
<td>2,11%</td>
</tr>
<tr>
<td>Austria</td>
<td>109</td>
<td>1,44%</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
<td>105</td>
<td>1,39%</td>
</tr>
<tr>
<td>Irlanda</td>
<td>96</td>
<td>1,27%</td>
</tr>
<tr>
<td>Federación de Rusia</td>
<td>69</td>
<td>0,91%</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>67</td>
<td>0,89%</td>
</tr>
<tr>
<td>Australia</td>
<td>66</td>
<td>0,87%</td>
</tr>
<tr>
<td>Suecia</td>
<td>55</td>
<td>0,73%</td>
</tr>
<tr>
<td>Noruega</td>
<td>55</td>
<td>0,73%</td>
</tr>
<tr>
<td>Finlandia</td>
<td>55</td>
<td>0,73%</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>54</td>
<td>0,72%</td>
</tr>
<tr>
<td>Filipinas</td>
<td>37</td>
<td>0,49%</td>
</tr>
<tr>
<td>Bélgica</td>
<td>35</td>
<td>0,46%</td>
</tr>
<tr>
<td>Letonia</td>
<td>35</td>
<td>0,46%</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>31</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Argelia</td>
<td>31</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovaquia</td>
<td>31</td>
<td>0,41%</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>29</td>
<td>0,38%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 37. Principales países emisores por número de alumnos hacia FEDELE Interprovincial (2022):
<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>Número</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Dinamarca</td>
<td>27</td>
<td>0.36%</td>
</tr>
<tr>
<td>República de Corea</td>
<td>25</td>
<td>0.33%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistán</td>
<td>22</td>
<td>0.29%</td>
</tr>
<tr>
<td>Eslovenia</td>
<td>22</td>
<td>0.29%</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquía</td>
<td>18</td>
<td>0.24%</td>
</tr>
<tr>
<td>República Checa</td>
<td>18</td>
<td>0.24%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistán</td>
<td>15</td>
<td>0.20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Senegal</td>
<td>15</td>
<td>0.20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Portugal</td>
<td>12</td>
<td>0.16%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hungría</td>
<td>10</td>
<td>0.13%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vietnam</td>
<td>9</td>
<td>0.12%</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>6</td>
<td>0.08%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>230</td>
<td>3.05%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


6.4 Preferencia en la selección de alojamientos

En el siguiente punto, vamos a realizar un estudio sobre el tipo de alojamiento elegido por nuestro alumnado mientras que realizan sus estudios en nuestras aulas. Las categorías son las siguientes:

- Familias de acogida: donde el alumnado convive con familias españolas en régimen de media pensión o pensión completa.
- Residencia propia del centro: cuando es la propia escuela la que ofrece el servicio de alojamiento en unas instalaciones acordes para tal fin. Los servicios de estas residencias son, en su amplia mayoría, completos (incluyendo pensión completa, limpieza, servicios de biblioteca, cafetería, ocio...).
- Residencias externas al centro: cuando el alumnado se hospeda en residencias que no pertenecen al centro de enseñanza de español.
- Hotel.
- Apartamentos: cuando la categoría de alojamiento es pernoctar en un apartamento individual o compartido.
- Otros: en esta categoría se incluyen viviendas de familiares, viviendas propias o hospedajes sin información (el alumno no ha precisado servicios de alojamiento).

En los siguientes gráficos (gráfico 17 y gráfico 18), podemos observar cómo se distribuyen estas preferencias:
Gráfico 17. Preferencias en la selección de alojamientos por los estudiantes (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Series1</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Residencia propia</td>
<td>10,11%</td>
</tr>
<tr>
<td>Residencia externa</td>
<td>15,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Familia de acogida</td>
<td>30,34%</td>
</tr>
<tr>
<td>Apartamentos</td>
<td>25,89%</td>
</tr>
<tr>
<td>Servicio de búsqueda de alojamiento</td>
<td>9,36%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otro</td>
<td>8,60%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Gráfico 18. Preferencias en la selección de alojamientos por los estudiantes (comparativa circular) (2022)

Hay que destacar que 1 de cada 3 estudiantes escogen familias de acogida, con todo lo que ello significa (inmersión lingüística, costumbres, horarios y servicios). Los apartamentos privados son aquellos que ocupan la segunda posición, y la residencia propia del centro la tercera. Se observa este año un crecimiento del número de alumnos que eligen una residencia externa o búsqueda de otros alojamientos.

En cuanto a la respuesta más habitual en otros, se encuentran los servicios de hoteles y hostales.

6.5 Vías de entrada del estudiante
En este apartado, estudiamos dos fases del proceso de compra de los estudiantes. Por un lado, las vías de captación de compradores13 y, por otra, las vías de comercialización por las que los compradores han efectuado sus compras.

En cuanto a las vías de captación de compradores, podemos conocer los resultados del año 2022 en la gráfica que adjuntamos a continuación (gráfico 19):

Gráfico 19. Principales vías de captación de compradores de cursos de español (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vía de Captación</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>22,99%</td>
</tr>
<tr>
<td>Recomendación (boca a boca)</td>
<td>14,20%</td>
</tr>
<tr>
<td>Publicidad en medios sociales</td>
<td>13,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Adwords y otras actividades SEM</td>
<td>11,59%</td>
</tr>
<tr>
<td>Visitas a centros internacionales</td>
<td>9,23%</td>
</tr>
<tr>
<td>Campañas en correo electrónico</td>
<td>8,71%</td>
</tr>
<tr>
<td>Anuncios en prensa</td>
<td>5,95%</td>
</tr>
<tr>
<td>Workshops nacionales</td>
<td>5,65%</td>
</tr>
<tr>
<td>Workshops internacionales</td>
<td>5,14%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ferias nacionales</td>
<td>4,95%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ferias internacionales</td>
<td>2,90%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


13 Se establece en este punto el concepto de «comprador», pues no tiene por qué coincidir comprador con estudiante. El comprador es aquella persona que elige y realiza el pago del curso y el estudiante (cliente) aquel que disfruta del curso.
Podemos observar como la recomendación, más comúnmente llamado boca a boca, es la principal vía de captación de compradores, reuniendo el 22,59 % de ellos. En el año 2022, las campañas de correo electrónico han continuado significando un porcentaje elevado de los procesos de compra, con un 14,20 %. Vemos como las ferias nacionales e internacionales vuelven a tomar protagonismo tras la cancelación de estos durante 2020 y 2021.

Cabe destacar también cómo las campañas de posicionamiento inorgánico en motores de búsqueda y la publicidad en medios sociales suman más de un 37,73 %, en detrimento de los anuncios en prensa, que han quedado relegados a una última posición con apenas un 0,79 %.

En lo relativo a las vías de comercialización, nos encontramos con:

Gráfico 20. Principales vías de comercialización de compradores de cursos de español (2022)


Las reservas directas en las páginas web representan en 2022 el 36,65 % de las compras, y las agencias idiomáticas o turísticas el 31,49 %. Por el contrario, las últimas posiciones se encuentran en las campañas de fidelización, con un 6,05 %, aunque crecen en tres puntos porcentuales respecto a 2021.

Si tomamos de referencia 2021, caen las reservas locales hasta la cuarta posición al eliminarse el impulso de las personas que estudiaban español aprovechando la pandemia.
6.6. Acreditación del nivel de español tras los estudios

Para conocer si los alumnos acceden o no a cursos de acreditación oficiales tras el estudio de español como lengua extranjera en nuestros centros, se añade una nueva categoría de pregunta.

De este modo, tenemos que

Cuadro 38. Acceso de los alumnos a exámenes oficiales tras la realización de cursos (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Sobre el total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Porcentaje de alumnos que realiza un examen SIELE</td>
<td>2,85 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Porcentaje de alumnos que realiza un examen DELE</td>
<td>8,14 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


El cuadro anterior, (Cuadro 38), nos indica el bajo porcentaje de alumnos que accede a exámenes oficiales (DELE y SIELE) tras la realización de estudios en el centro. En comparación con otros idiomas como lengua extranjera, como el inglés, tenemos una baja tasa de alumnos que pasan por este tipo de pruebas.

Debemos colocar estos datos como uno de los retos que tiene el sector en los próximos años.
7.1 Antigüedad y tipología de los centros

Comenzamos nuestro estudio del centro federado categorizando a los centros en las diferentes tipologías que componen la Federación, teniendo en cuenta los siguientes datos:

Cuadro 39. Distribución de los centros según el número de estudiantes que reciben

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo</th>
<th>Descripción</th>
<th>Sobre el total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>A</td>
<td>escuelas con un número de estudiantes inferior a 500 en 2022</td>
<td>44,30 %</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td>escuelas con un número de estudiantes entre 500 y 1000 en 2022</td>
<td>26,58 %</td>
</tr>
<tr>
<td>C</td>
<td>escuelas con un número de estudiantes superior a 1000 en 2022</td>
<td>29,11 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


En 2022 cae considerablemente el número de centros de tipo A, con un aumento de veinte puntos porcentuales del tipo C, respecto a 2021. Esto indica la buena salud del sector y la mejora de un buen número de centros desde el ejercicio anterior a este año.

En lo relativo a la edad de los centros, nos encontramos que la antigüedad media del centro federado es de 26,22 años. El centro, con una creación más reciente, cuenta con 2 años, frente a 80 el centro más longevo. A finales de los años 90 del siglo pasado y durante la primera década de los 2000, tuvieron una tasa de creación de centros muy elevada que aún hoy continúan prestando sus servicios.

7.2 Tipos de cursos ofrecidos y rentabilidad

Existe una gran tipología de cursos ofrecidos por los centros federados, sobre todo con la tendencia actual de personalización de cursos a grupos o individuales. Por ello, mostramos exclusivamente los 12 cursos que representan mayores cuotas para nuestros centros federados. Para este año 2022, se han eliminado de este estudio los cursos según el número de horas lectivas (intensivos, semi-intensivos y extensivos), ya que entendemos que tipología del curso y número de horas lectivas no deben ser agrupados bajo una misma categoría.

A continuación, podemos observar en la tabla (Cuadro 40) el listado de cursos ordenados por la rentabilidad que estos suponen para los centros federados según la tipología de estos:
### Cuadro 40. Listado de cursos según su tipología y rentabilidad que representan (2022):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo de cursos</th>
<th>Puntuación</th>
<th>Porcentaje de puntuación</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Preparación DELE/CCSE</td>
<td>563</td>
<td>13,96%</td>
</tr>
<tr>
<td>Español para juniors/campamento de verano</td>
<td>547</td>
<td>13,56%</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos en línea</td>
<td>505</td>
<td>12,52%</td>
</tr>
<tr>
<td>Clases privadas</td>
<td>493</td>
<td>12,22%</td>
</tr>
<tr>
<td>Con actividades culturales</td>
<td>412</td>
<td>10,21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Español para seniors +50</td>
<td>391</td>
<td>9,69%</td>
</tr>
<tr>
<td>Formación de profesores</td>
<td>287</td>
<td>7,11%</td>
</tr>
<tr>
<td>Español de negocios</td>
<td>244</td>
<td>6,05%</td>
</tr>
<tr>
<td>Español más prácticas</td>
<td>235</td>
<td>5,83%</td>
</tr>
<tr>
<td>Con cursos deportivos</td>
<td>202</td>
<td>5,01%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Acceso a la universidad</strong></td>
<td><strong>155</strong></td>
<td><strong>3,84%</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>


Para que el estudio no quede incompleto, ordenamos también los cursos según el número de horas lectivas por semana según la rentabilidad que aporten al centro en el cuadro 41:

### Cuadro 41. Listado de cursos según su carga lectiva y rentabilidad que representan (2022):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo de cursos</th>
<th>Puntuación</th>
<th>Porcentaje de puntuación</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Cursos intensivos (más de 25 horas/semana)</strong></td>
<td><strong>146</strong></td>
<td><strong>30,80%</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cursos semi-intensivos (entre 15 y 25 horas/semana)</strong></td>
<td><strong>201</strong></td>
<td><strong>42,41%</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cursos extensivos (menos de 15 horas/semana)</strong></td>
<td><strong>127</strong></td>
<td><strong>26,79%</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>


No obstante, aunque estos cursos representen más rentabilidad para nuestros centros, no conocemos si son aquellos que tienen más ventas. Para ello, hemos pedido a nuestros centros 14 Este valor se ha calculado gracias a la ponderación de las respuestas de los centros encuestados. El porcentaje de puntuación nos muestra cómo de importante es el curso frente al total.
que ordenen los cursos según su carga lectiva de mayor a menor número de ventas, obteniendo los siguientes datos:

**Cuadro 42. Listado de cursos según su carga lectiva y número de ventas que representan (2022):**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo de cursos</th>
<th>Puntuación</th>
<th>Porcentaje de puntuación</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cursos intensivos (más de 25 horas/semana)</td>
<td>137</td>
<td>28,90%</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos semi-intensivos (entre 15 y 25 horas/semana)</td>
<td>204</td>
<td>43,04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos extensivos (menos de 15 horas/semana)</td>
<td>133</td>
<td>28,06%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Tenemos pues que los cursos semi-intensivos no solo representan la mayor rentabilidad, sino también es el tipo de curso más vendido.

Este año (2022) hemos querido conocer si los centros federados solo ofrecen cursos de español o si, por el contrario, ofrecen otro tipo de servicios. En este aspecto nos encontramos con los datos expresados en el cuadro 43:

**Cuadro 43. Clasificación de centros según sea el español el servicio principal de su cartera de servicios (2022):**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Servicio principal</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>El centro solo ofrece clases de español</td>
<td>55,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>El centro ofrece clases de idiomas, incluido el español</td>
<td>32,91 %</td>
</tr>
<tr>
<td>El centro ofrece otras modalidades (refuerzo estudiantil, cursos profesionales, etc.)</td>
<td>11,39%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


### 7.3 Capital humano de los centros federados

Los centros federados obtienen los datos que se recogen en este informe gracias a su capital humano: el profesorado, el personal de administración, de contabilidad, de comercialización y el resto de los equipos profesionales que componen el centro.

En este punto, vemos el número medio de miembros que componen el centro federado, y cuántos de estos son trabajadores con contratos eventuales o fijos.
Con respecto a 2021, ha aumentado el número de docentes contratados para los cursos de español y también el número de docentes fijos.

Tenemos un aumento bastante considerable del número de personas contratadas para los cursos de español, aumentando de 15 en 2021 a 22 este año (debemos tener en cuenta el elevado número de despidos y ERTES realizado en el ejercicio anterior).

Según los datos recogidos, podemos afirmar que el 60 % del profesorado contratado en nuestros centros cuentan con un contrato de larga duración o fijo. Además, dado el número de centros federados, estimamos en 1500 los profesores de español contratados en nuestros centros.

Si ampliamos el estudio al número total de personas trabajadoras, tenemos un total de 2200 profesionales, de los cuales 1400 cuentan con un contrato fijo (el 67,67 %).

Este año también queremos conocer si los profesionales se encuentran a jornada completa (40h/semana) o, en su defecto, las jornadas son más cortas. Para ello, representamos la información en el siguiente cuadro (Cuadro 46):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Porcentaje de trabajadores en jornada completa (40 horas/semana)</th>
<th>55,00 %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Porcentaje de trabajadores en media completa (25 horas/semana)</td>
<td>45,00 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

A la pregunta de si los centros contaban o no con determinados equipos dentro de sus organigramas, las respuestas fueron las presentadas en el siguiente cuadro (cuadro 47):

**Cuadro 47. Equipos con los que cuenta el centro federado (2022)**

| Equipo de comercialización y marketing | 86,66 % |
| Equipo de contabilidad y administración | 85,33 % |
| Externalización de servicios | 48,00 % |


Podemos observar que la gran mayoría de centros federados cuentan con equipos específicos. Aumenta el número de centros que externalizan alguno de sus actividades con un 48,00 %.

### 7.4 Oferta de alojamiento y capacidad del centro

En el punto 6.4 del presente informe estudiábamos la demanda de alojamientos por parte de los estudiantes en el año 2021. En este punto, en cambio, estudiamos la oferta de servicios de alojamiento por parte de los centros.

En este aspecto, la oferta queda resumida en el siguiente cuadro (cuadro 48):

**Cuadro 48. Oferta de alojamiento de los centros federados (2022)**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Centros que cuentan con este alojamiento entre sus servicios</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Residencia propia del centro</td>
</tr>
<tr>
<td>Residencia externa o subcontratación</td>
</tr>
<tr>
<td>Familia de acogida</td>
</tr>
<tr>
<td>Apartamentos</td>
</tr>
<tr>
<td>Servicio de búsqueda de alojamiento</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Recogida de datos de los centros FEDELE 20221. Elaboración propia.

Vemos que los servicios ofertados coinciden con los más demandados por los alumnos.
En relación con la capacidad total de los centros, concluimos lo siguiente:

Cuadro 49. Capacidad de los centros federados (2022)

| Número medio de aulas de los centros: | 13 |
|Capacidad media de los centros: | 176 |
|Número medio de alumnos por aula: | 14 |


7.5 Precios de los cursos de español y porcentaje de ingresos que representan sobre el total

Añadimos este nuevo apartado para conocer más profundamente a nuestros centros federados, conociendo el precio medio de los servicios ofrecidos y el porcentaje de ingresos que representan los cursos de español en nuestros centros.

Cuadro 50. Precio medio para determinados servicios (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Servicio</th>
<th>Precio medio</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español para seniors de 25 horas/semana</td>
<td>€315,93</td>
</tr>
<tr>
<td>Español para juniors/campamento de verano de 35 horas/semana</td>
<td>€444,92</td>
</tr>
<tr>
<td>Clases privadas 3 sesiones/semanales (90 minutos/sesión)</td>
<td>€167,29</td>
</tr>
<tr>
<td>Español de negocios de 20 horas/semana</td>
<td>€313,81</td>
</tr>
<tr>
<td>Preparación DELE 15 horas/semana</td>
<td>€228,03</td>
</tr>
<tr>
<td>Cursos intensivos de 35 horas/semana</td>
<td>€335,64</td>
</tr>
</tbody>
</table>


No todos los centros federados cuentan con los mismos servicios por lo que, para poder hacer este estudio lo más fielmente posible, especificamos una serie de servicios ficticios (los que se contemplan en el cuadro 50) y los encuestados han valorado el precio de estos.

Los centros federados pueden tener otros productos en su cartera de servicios. Por ello, este año hemos querido conocer qué porcentaje de sus ingresos totales se vinculan a la enseñanza
del español como lengua extranjera. El estudio de las respuestas arroja que, de media, un total del 75,97% de los ingresos de nuestros centros federados se refiere a la enseñanza ELE.

7.6. Gastos en comercialización y marketing

Con el análisis de gastos de comercialización y marketing, queremos conocer no solo el gasto medio de los centros, sino también el coste por adquisición de cada alumno. En este aspecto, observamos los siguientes datos (Cuadro 51).

Cuadro 51. Gasto de los centros en labores de comercialización y marketing (2022)

| Gasto medio en captación comercial y marketing | 50 225,00 € |
| Gasto medio realizado por alumno              | 50 € |


El coste medio para captar un alumno en el año 2021 ha sido de 50 €. En los próximos años, continuaremos estudiando este dato para poder comparar posibles aumentos del coste de adquisición del alumno.

Tras un estudio pormenorizado, no se ha encontrado ninguna correlación lineal destacable entre la inversión realizada en comercialización y el número de alumnos del centro, por lo que establecemos que, a la hora de captar un alumno, no solo es importante la inversión, sino también otras variables como la creatividad, la fidelización o las reseñas del centro.

7.7 Expectativas de los centros federados y factores de incidencia en el sector

Como cada año, una de las preguntas realizadas a nuestros centros federados es sobre las expectativas que se tienen sobre el próximo ejercicio, en este caso el del 2023. Las respuestas se observan en el siguiente cuadro (cuadro 52).

Cuadro 52. Expectativas sobre 2023 de los centros federados en 2022

<table>
<thead>
<tr>
<th>Comenzando el año 2023, ¿qué impresión tiene del desarrollo de los próximos meses?</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Crecimiento</td>
<td>73,42 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Mantener niveles similares</td>
<td>24,05 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Decrecimiento</td>
<td>2,53 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Para cada uno de los niveles anteriores, se le ha pedido a cada centro que indique en qué grado considera que crecerá o decrecerá el sector, obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro 53. Crecimiento esperado por los centros federados en 2023

<table>
<thead>
<tr>
<th>Indique el rango de crecimiento que estima para 2023</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Entre el 0,1 % y el 5 %</td>
<td>13,79%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 5,1 % y el 15 %</td>
<td>50,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 15,1 % y el 25 %</td>
<td>18,97%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 25,1 % y el 50 %</td>
<td>13,79%</td>
</tr>
<tr>
<td>Más del 50 %</td>
<td>3,45%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Cuadro 54. Decrecimiento esperado por los centros federados en 2023

<table>
<thead>
<tr>
<th>Indique el rango de decrecimiento que estima para 2023</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Entre el 0,1 % y el 5 %</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 5,1 % y el 15 %</td>
<td>50,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 15,1 % y el 25 %</td>
<td>50,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Entre el 25,1 % y el 50 %</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Más del 50 %</td>
<td>0,00%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


 Esto nos indica que solo un porcentaje pequeño de nuestros centros estima que 2023 será un año peor que 2022 y, de entre estos, tenemos que su decrecimiento se estima entre un 5,11 y un 25 %.

En relación con los factores que influyen en nuestro sector, las respuestas de nuestros centros muestran los siguientes datos (cuadro 55).
7.8 Gestión de las incertidumbres del año 2022

El año 2022, como se indica en el estudio externo previo al presente Informe Sectorial, ha estado marcado por algunas incertidumbres que no han ayudado a que el sector termine de crecer lo suficiente para alcanzar las cuotas de 2019. En este aspecto, hemos querido preguntar a nuestros centros sobre los principales hitos vividos en el año de estudio para ver si existe alguna relación, positiva o negativa.

En cuanto al conflicto bélico originado por Rusia tras la invasión del territorio ucraniano, tenemos que un 45,57% de los centros han mantenido el mismo número de alumnos de estos mercados que en años anteriores, incluso un 29,11% refiere haber recibido más alumnos que en otros ejercicios.

Relacionado con la guerra de Ucrania está la inflación disparada que este año se ha podido sentir tanto en España como en otros países de nuestro entorno. En este aspecto, el sondeo arroja unos aumentos de los costes de actividad (tanto fijos como variables) de un 14,34%.
En el año 2022, continuamos con la ayuda en la gestión de los visados de nuestros centros gracias al proyecto denominado *Sistema de Visados FEDELE*. En esta plataforma, no solo pueden conocer nuestros alumnos información sobre la gestión de visados y demás cuestiones relacionadas con su visita a España, sino que también es una herramienta para que los centros FEDELE tramiten sus incidencias y se les pueda ayudar con estas gestiones.

A continuación, se presenta el listado de los 5 países con mayor número de denegaciones de visados experimentados por los centros FEDELE en 2022.

**Cuadro 57. Principales países con mayor número de denegaciones de visados experimentados por los centros FEDELE en 2023**

<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Argelia</td>
</tr>
<tr>
<td>Marruecos</td>
</tr>
<tr>
<td>Rusia</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
</tr>
<tr>
<td>Irán</td>
</tr>
</tbody>
</table>


La Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera cuenta con un protocolo de actuación en caso de denegaciones de visados a alumnos de centros federados. Esta herramienta, que ponemos a disposición de nuestra red, se basa en dos pilares básicos: la ayuda a los demandantes de visados para su concesión por parte de las instituciones responsables, y la recopilación de los principales motivos de denegaciones para luego poder solicitar revisiones de procesos y trámites a las entidades implicadas.

Por ello, en este apartado, trataremos de exponer las principales conclusiones obtenidas de este Sistema de Visados FEDELE.

Marruecos destaca sobre el resto de los países, generando más del 50 % de las denegaciones obtenidas a lo largo del año. Tras él, se encuentran Rusia, China, Irán, Túnez e Irak.

Como se ha detallado en ocasiones anteriores, en los últimos cinco años Marruecos es uno de los principales países con mayor crecimiento de estudiantes. No obstante, somos conscientes de que nos encontramos ante un país con un alto porcentaje de inmigración ilegal, lo que dificulta la labor de concesión a las embajadas.

Entre los motivos de denegación, podemos encontrar la siguiente distribución:
Cuadro 58. Principales motivos de denegación de visados a los centros federados (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Motivo</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Dudas respecto a la veracidad de la documentación</td>
<td>23,58%</td>
</tr>
<tr>
<td>Posibilidad de inmigración</td>
<td>11,99%</td>
</tr>
<tr>
<td>Estudiar en su país de residencia</td>
<td>11,01%</td>
</tr>
<tr>
<td>Medios económicos</td>
<td>20,28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros</td>
<td>33,14%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Observamos, por lo tanto, un porcentaje elevado de denegaciones de visado por la veracidad de la documentación, así como por los medios económicos. Seguimos teniendo un alto número de denegaciones cuyo motivo es la posibilidad de estudiar en su país de residencia. Todas estas denegaciones son estudiadas en profundidad y se creará un nuevo informe específico para este cometido.

Entre las principales dificultades que se encuentran nuestros centros a la hora de tramitar visados, nos encontramos con:

- Desconfianza de los objetivos de la persona solicitante
- Dificultad para justificar los medios económicos
- Complicaciones burocráticas y falta de claridad en la norma
- Falta de comunicación directa con los consulados
- Falta de transparencia o criterios
- Dificultad para coger las citas pertinentes con la embajada
- No se obtiene información por parte del consulado sobre los visados concedidos o denegados. Esto lleva a que las escuelas sean desconocedoras de si realmente el visado se ha concedido o no, creando problemas por solicitudes de devolución con documentación falsa o por alumnos que entran en el país y jamás pisan la escuela.

Para comprender la magnitud del problema de la denegación de visados, hacemos el siguiente estudio donde veremos el número de solicitudes realizadas a consulados y embajadas, y el número de alumnos perdidos por denegación. De este modo, sabremos el índice de visados denegados según el número de peticiones.

Cuadro 59. Petición de visados, denegaciones y ratio (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Descripción</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Número estimado de visados tramitados para el conjunto de los centros federados</td>
<td>9666</td>
</tr>
<tr>
<td>Estimación del número de alumnos perdidos por denegación de visados</td>
<td>2135</td>
</tr>
<tr>
<td>Índice de denegaciones por solicitudes</td>
<td>22,09%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Podemos asegurar, por tanto, que el 22,09 % de las solicitudes de visados acaba en denegación. Seguiremos trabajando durante este año 2023 con Embajadas, Consulados y el Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea para que este índice sea reducido en los próximos ejercicios.
9. Tendencias y previsiones

El siguiente apartado está basado en las evidencias empíricas que podemos observar desde la Federación, pero que no constituyen un argumento irrefutable o un juicio seguro. La incertidumbre en la que nos hemos instalado en los últimos años, y que se resiste a dejarnos, hacen que la redacción de este punto sea una tarea ardua.

Para comprender las tendencias y previsiones que se redactan en las siguientes líneas, debemos hacer mención del contexto social y económico actual (marzo de 2023). En estos momentos, un conflicto bélico enfrenta a dos países vinculados a la Unión Europea, como son Ucrania y la Federación de Rusia, aunque no se ha visto que haya afectado en exceso a los ingresos económicos de los centros federados.

La inflación es otra incertidumbre que desde 2022 ha preocupado al sector, pero que no ha tenido unas consecuencias demasiado fuertes para los centros.

Con esto, y a sabiendas que vivimos en un mundo cambiante, podemos indicar que la tendencia en 2023 será la de recuperar los índices de alumnos de 2019, incluso superarlos en un 10 %, teniendo cuotas cercanas a los 150 000 alumnos en 2023.

En cuanto a los países, estimamos una recuperación del mercado chino que será paulatino en el primer trimestre y más reseñable en el segundo. Serán muchos los estudiantes de este mercado que volverán a las aulas a pesar de la grave crisis económica que atraviesa el país asiático.

Se espera una alta presencia de los mercados europeos con Italia, Alemania y Francia a la cabeza. En cuanto a mercados internacionales, se espera una presencia muy alta de Estados Unidos de América y un desarrollo de nuevos mercados como Brasil, Túnez, Marruecos, Kazajstán y Japón.
10. Bibliografía


GRUPO BANCO MUNDIAL (2023), PIB per cápita (US$ a precios actuales). Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE. Versión digital. Disponible en: https://datos.bancomundial.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=EU


GRUPO BANCO MUNDIAL (2023), PIB per cápita (US$ a precios actuales). Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE. Versión digital. Disponible en: https://datos.bancomundial.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=EU


Mediante la presente comunicación, y en nombre de todo el equipo de la Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (FEDELE), pretendemos explicar el por qué de ciertas decisiones ortotipográficas y de estilo que están presentes en nuestros escritos.

Debido a los programas de estadística y desarrollo de investigación de mercados que utilizamos, hay formas de escribir ciertos datos que no podemos modificar, o que supondría una modificación manual de cada dato que aparece, lo que resulta inviable en tiempo con respecto al tratamiento de datos. Es por ello por lo que:

- Los números de 4 cifras, que deben ir seguidos y sin punto según el *Diccionario panhispánico de dudas*, aparecen con punto. Por ejemplo, 1.512.
- Los números de más de 4 cifras, que deben ir separados cada 3 cifras según el *Diccionario panhispánico de dudas*, aparecen con punto. Por ejemplo, 18.512.
- Los porcentajes, que deben ir con un espacio entre el número y el símbolo según el *Diccionario panhispánico de dudas*, aparecen sin espacio. Por ejemplo, 27%.

Por otro lado, en este escrito se ha procurado utilizar un lenguaje inclusivo. No obstante, debido a las reiteraciones y repeticiones de ciertas palabras a lo largo del estudio, y con el fin de que la lectura no sea muy repetitiva, se ha utilizado en ocasiones el masculino genérico para ciertas palabras. Por ejemplo, alumnado – alumno.

Mediante el presente escrito, se confirma la revisión ortotipográfica, gramatical y de estilo del documento al que acompaña, y quedamos a su disposición por si hubiera algún error no subsanado o alguna sugerencia de escritura a través de gestionacademica@fedele.org.

Disculpen las molestias que esto pueda ocasionar y agradecemos su comprensión.

Equipo FEDELE.
Tras las comprobaciones pertinentes, se ha estimado realizar las siguientes correcciones al presente documento:

**Generación de riqueza**

En el momento de desarrollar el Informe Sectorial de 2022 de FEDELE, se estableció un gasto medio por estudiante de 500 € que referenciaba a la huella económica de dicha persona en nuestro país durante una semana. Este valor fue establecido por la Asamblea de Socios de FEDELE en la convención anual que tuvo lugar en Ronda (Málaga) en marzo de 2020. Tras la presentación de estos datos en la Asamblea de Socios de marzo de 2023, se ha acordado revisarlo al 650 €/semana a consecuencia de la crisis inflacionista vivida en los últimos meses y al aumento generalizado del gasto en la pospandemia.

Por tanto, el dato modificado quedaría del siguiente modo:

Cuadro 28.1. Riqueza generada por los centros FEDELE (2022 revisado)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Riqueza generada por los centros FEDELE durante 2021</th>
<th>260 097 500 €</th>
</tr>
</thead>
</table>

Modificamos también la riqueza generada por cada asociación en sus regiones:

Cuadro 29.1. Riqueza generada por las asociaciones FEDELE en cada región (2022 revisado)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Riqueza generada en el año 2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Español en Andalucía</td>
<td>62 302 500 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Barcelona</td>
<td>84 061 900 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Castilla y León</td>
<td>9 031 750 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad de Madrid</td>
<td>32 600 750 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Comunidad Valenciana</td>
<td>66 240 850 €</td>
</tr>
<tr>
<td>FEDELE Interprovincial</td>
<td>5 859 100 €</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Además, se estima oportuno añadir al Informe Sectorial de FEDELE 2022 la extrapolación de datos para estudiar la huella económica de todo el sector, no solo de los centros federados. Por ende, tenemos que para un total de 458 centros educativos privados que imparten español como lengua extranjera en España los datos son los que se presentan a continuación en el cuadro 28.2:

Cuadro 28.2. Estimación de la huella económica de sector privado ELE en España (2022)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Estimación de la huella económica del sector privado ELE en España</th>
<th>1 191 246 550 €</th>
</tr>
</thead>
</table>