

IDEAL EDUCATION GROUP HISTORY

HOW IT ALL BEGAN

In the early 1980s a teenager named Antonio Anadón traveled to the USA to discover the world while learning English with an international educational program. Since he was dyslexic and hyperactive, his mother thought he would benefit from a different way to learn a second language. She was very surprised at how quickly and effectively he learned English without the traditional classroom-based teaching he was used to. By combining learning and traveling abroad he had a life-changing experience that would leave an imprint on him forever.

Full of passion, at the age of seventeen he started organizing ski and language trips for his high school colleagues and university students. A few years later, in 1989, after customizing more than 12,000 trips he founded Enforex, a global provider of language and cultural immersion programs for children, university students, and professionals.

In times when the internet and smartphones did not exist and international travel was mostly unaffordable, Antonio dedicated most of his time to visiting top universities including Harvard, Stanford, UC Berkeley, UCLA, UC San Diego, Oxford, and the London School of Economics, while traveling all over the world looking for the right partnerships for students who wanted to study abroad. Along the way he realized the interest in having a cultural experience worked both ways: "It was clear to me there was an incredible potential market willing to travel to Spain to learn about our culture and language," says Anadón, who had become an ambassador of Spanish culture in times when globalization and diversity were not a trend. Shortly thereafter, in 1992, he started the first Spanish language school in Madrid.

EL ORIGEN DE UN SUEÑO

A principios de la década de los 80, un adolescente llamado Antonio Anadón viajó a Estados Unidos para descubrir el mundo mientras aprendía inglés con un programa de intercambio internacional. Como era disléxico e hiperactivo, su madre pensó que debía haber una manera distinta de aprender una segunda lengua. Al poco tiempo, ella misma se sorprendió al comprobar que su hijo estaba aprendiendo inglés rápida y eficazmente sin los métodos tradicionales de enseñanza en el aula a los que estaba acostumbrado. La combinación de aprendizaje activo con una estancia en el extranjero fue para Antonio una experiencia que le marcaría de por vida.

Entusiasmado, a los 17 años empezó a organizar viajes de idiomas y esquí para sus compañeros de instituto y de la universidad. Años más tarde, en 1989, y después de gestionar más de 12.000 viajes, fundó Enforex, un proveedor global de programas de inmersión lingüística y cultural para niños, estudiantes universitarios y profesionales.

En un tiempo en el que internet, los teléfonos inteligentes y la facilidad de movilidad actual no existían, Antonio dedicó la mayor parte de su tiempo a visitar las mejores universidades -Harvard, Stanford, UC Berkeley, UCLA, UC San Diego, Oxford, London School of Economics- y a viajar por todo el mundo para construir una red de colaboradores para enviar a estudiantes al extranjero. Es durante este periodo de actividad frenética cuando detecta que el interés por vivir una experiencia cultural se estaba dando en ambos sentidos: "Estaba claro que había un gran interés por viajar a España para aprender nuestra cultura y nuestra lengua", afirma Anadón, quien para entonces se había convertido en un embajador de la cultura española en una época en los que los conceptos de globalización y diversidad no estaban tan extendidos. Poco después, en 1992, inaugura la primera escuela de español en Madrid.

IDEAL EDUCATION GROUP HISTORY

TIME TO SCALE THE BUSINESS

Antonio's vision led him to scale his business model rapidly by opening Spanish language schools in key destinations like Barcelona, Marbella, Salamanca, Valencia, Sevilla, Granada, Alicante, Tenerife, and Malaga, and expanding to Latin America in strategic countries like Peru, Mexico, Ecuador, and Costa Rica, and taking over his main competitor and market leader don Quijote in 2005. To gain more viability, the business plan included a 50% increase in turnover per year and a corporate and governance restructuring plan, which resulted in creating the Ideal Education Group, IEG, the leading Spanish language teaching organization worldwide.

Thanks to its remarkable results, the IEG business model includes teaching Spanish and other languages, designing cultural immersions for students who travel to study in other countries, and delivering study abroad programs and services for over 250 American and other international universities offering academic credits, and always maintaining a division of the company dedicated to accommodations for the students.

EL SIGUIENTE PASO: LA ESCALABILIDAD DEL NEGOCIO

La visión de negocio que tenía Antonio era tan clara que no dudó en escalar el modelo con la apertura de escuelas de español en destinos clave como Barcelona, Marbella, Salamanca, Valencia, Sevilla, Granada, Alicante, Tenerife y Málaga. También se expandió a países estratégicos de Latinoamérica como Perú, México, Ecuador y Costa Rica, y en 2005 adquirió a su principal competidor, y empresa líder en el mercado: don Quijote.

Para asegurar la viabilidad del negocio, la estrategia incluía aumentar las ventas en un 50% anual, además de plan de reestructuración de la compañía y sus órganos de gobierno. Esto dio como resultado la creación de Ideal Education Group (IEG) la empresa líder en la enseñanza de español en todo el mundo.

Con un desempeño de negocio destacable, el modelo de IEG incluye principalmente cinco líneas de negocio: la enseñanza de español y de otras lenguas, el diseño de inmersiones culturales para estudiantes que visitan España o que salen a estudiar al extranjero, los campamentos internacionales en España o el extranjero, programas y servicios de estudio con convalidación de créditos académicos con más de 250 universidades asociadas en todo el mundo, y una división de la compañía dedicada específicamente a la gestión de alojamientos.

IDEAL EDUCATION GROUP HISTORY

WHEN INNOVATION IS THE DRIVER

As demand increased, a new challenge arose: where to accommodate such a large volume of students. Staying in a traditional student residence did not fit the IEG model. It was time to innovate, and Antonio discovered his second passion, linked to his love for architecture: redesigning the concept of international student accommodation. From host families to shared apartments, from residences to boutique luxury hotels and “student hubs,” where everyone can be independent yet interconnected, in line with millennial values.

IEG owns and manages over 3,000 student beds, distributed among 7 residences, more than 150 shared apartments, 1,500 host families, and 1 boutique hotel from the Intercontinental Hotel Group under the Indigo brand.

Flexible and fearless, the company has always been a leader in many areas: it was a pioneer in designing international and diverse summer camps by mixing Spanish students with students of more than 82 different nationalities, introducing sports — soccer, sailing, tennis, golf, swimming club, horseback riding — as a way of learning and interacting, and designing workshops focused on real life activities like entrepreneurship, urban dance, social networks and digital media, robotics, cooking lessons, etc., to learn Spanish in a non-traditional way, always combining students of different nationalities.

In the academic field, IEG’s greatest achievements have been quality and innovation in its teaching methods. The don Quijote and Enforex schools have been able to successfully respond to major challenges, such as the publication of the Common European Framework of Reference for Languages in 2001. This was possible thanks to the hard work and dedication of its solid academic team made up of more than 500 teachers in Spain, Mexico, Costa Rica, and Ecuador, who, following their own and international quality standards, ensure success in the learning process and the experience of each student.

CUANDO LA INNOVACIÓN ES EL MOTOR DEL CAMBIO

Conforme la demanda iba en aumento, se plantearon nuevos desafíos, como, por ejemplo, dónde alojar tal cantidad de estudiantes. La idea de residencia tradicional no concordaba con el modelo IEG, así que llegó el momento de innovar y, para Antonio, de descubrir su segunda pasión, ligada a su amor por la arquitectura: rediseñar el concepto de alojamiento internacional de estudiantes. La diversidad de alojamientos de IEG incluye estancia en familias anfitrionas, pisos compartidos, residencias, hoteles boutique de lujo y los denominados “students hub”, donde todos los estudiantes pueden ser independientes y estar interconectados, de acuerdo con la demanda actual de públicos como los millennials. IEG cuenta con más de 3.000 camas para estudiantes, distribuidas en 7 residencias, más de 150 pisos compartidos, 1.500 familias anfitrionas y un hotel boutique del grupo Intercontinental Hotel Group bajo la marca Indigo.

Ágil y decidida, la compañía siempre ha sido punta de lanza de ideas innovadoras. Fue pionera en el diseño de campamentos internacionales de verano, mezclando estudiantes españoles con estudiantes de más de 82 nacionalidades. Introdujo actividades deportivas como fútbol, vela, tenis, golf, natación o equitación como método de aprendizaje y de interacción, y, para ampliar el concepto de inmersión, sus programas incluyen cursos online y talleres con contenidos de actualidad como emprendedurismo, danza urbana, redes sociales y medios digitales, robótica y clases de cocina, entre otras, y siempre combinando nacionalidades.

En el terreno académico, los mayores logros de IEG han sido la calidad y la innovación en la enseñanza. Las escuelas don Quijote y Enforex han sabido responder a los grandes desafíos como, por ejemplo, la publicación del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas en el año 2001. Esto ha sido posible gracias a la labor y dedicación de su sólido equipo académico, conformado por más de 500 profesores en España, México, Costa Rica y Ecuador, que, siguiendo estándares de calidad propios e internacionales, aseguran el éxito del proceso de aprendizaje y la experiencia de cada alumno.

IDEAL EDUCATION GROUP HISTORY

FUTURE CHALLENGES AND INVESTMENTS

Today, with more than 40,000 international students enrolled per year, a 36% market share, and revenues of over 40 million euros, the Ideal Education Group, with its Enforex and don Quijote brands, has been the largest leading Spanish education and cultural immersion provider in the world for the last 13 years. The company's global operations include 32 schools in 13 destinations in Spain and Latin America, 8 international summer camps, 5 corporate offices on 4 continents, and a mature network of more than 3,000 partnerships worldwide. Thanks to Antonio's vision, more than 1 million students have had a unique, life-changing experience through language and culture since the first Enforex school opened back in 1995.

The dream is still very much alive. Everything IEG does is oriented towards opening the world through education. In times of global competition, maintaining leadership status for more than 13 years is not easy. The winning formula is being "student-centered." By maintaining the core values of the company — Innovation, Teamwork, Passion, Excellence, Leadership, and a Global Vision — everyone on our team is committed to inspiring students to achieve their dreams through educational and cultural experiences, and to continue looking for and grasping opportunities.

In a world where soft skills like languages and an international mindset seem to be part of the solution to global problems, IEG is fully committed to building bridges and benefiting those who are attracted to the Spanish language and culture, regardless of their economic situation. IEG, through the don Quijote Foundation, offers more than 200 scholarships to students of all ages from all over the world.

Antonio's objective has always been to contribute to the world by creating a company that could employ the largest number of people possible and benefit their families. IEG proudly provides over 2,500 jobs among its workforce and collaborators and is committed to continual growth.

The business development plan for the coming years includes consolidating the company's digitalization, strengthening its alumni and partnership networks, and above all increasing its presence in Latin America in emerging destinations like Cuba with a strong investment in the region.

LOS DESAFIOS DEL FUTURO

Actualmente, con más de 40.000 estudiantes matriculados cada año, una cuota del mercado del 36% y una facturación de más de 40 millones de euros, Ideal Education Group, con sus marcas Enforex y don Quijote, es el grupo líder en la enseñanza del español y las inmersiones culturales en el mundo. Las operaciones globales de la compañía incluyen 32 escuelas en 13 destinos en España y Latinoamérica, 8 campamentos internacionales, 5 oficinas corporativas en 4 continentes y una red de más de 3.000 partners en todo el mundo. Gracias a aquel adolescente visionario, más de un millón de estudiantes han tenido una experiencia única de aprendizaje a través de la lengua y la cultura desde que se inauguró la primera escuela Enforex en 1995.

El sueño sigue vivo. Todo lo que realiza IEG está orientado a abrir el mundo a través de la educación. En tiempos en los que la competencia es global, mantenerse como líder en el mercado desde hace 13 años no ha sido tarea fácil. La fórmula es centrarse en el estudiante. Siguiendo nuestros valores —innovación, trabajo en equipo, pasión, liderazgo y una visión global—, todos los miembros de nuestro equipo están volcados en motivar a los estudiantes para que consigan sus sueños a través de una experiencia educativa y cultural única.

Ahora que las habilidades blandas como los idiomas y la mentalidad internacional parecen ser parte de la solución a los problemas globales, IEG, a través de la Fundación don Quijote, quiere construir puentes. La Fundación don Quijote entrega anualmente más de 200 becas a estudiantes de todo el mundo y de todas las edades.

La principal motivación de Antonio siempre ha sido contribuir a la sociedad mediante la creación de una empresa que pudiera emplear al mayor número de personas posible y beneficiar así a sus respectivas familias. IEG genera más de 2.500 empleos entre trabajadores de tiempo completo y colaboradores, y pretende seguir creciendo.

La estrategia de desarrollo de negocio para los próximos años incluye la consolidación de la digitalización de la compañía, reforzar su red de alumni y colaboradores, y fundamentalmente ampliar su presencia en Latinoamérica, en destinos emergentes como Cuba, con una fuerte apuesta de inversión en la región.