

La divisa del cariño

Explorando el lado humano de las remesas

Un estudio de Ria Money Transfer | **Junio de 2026**

The logo for Ria Money Transfer, featuring the word "ria" in a white, lowercase, sans-serif font. The letter "i" has a white dot above it. The logo is positioned in the bottom left corner of the image, overlaid on a dark, textured mound.

Autora

Gabrielle van Welie

Coordinación del proyecto

Maria Adriana Colella, Gabrielle van Welie, Daniela Riveros, Juan Basurto

Revisores

Maria Adriana Colella, Shay Conaghan, Myriam Fernández, Chiara Boutot

Colaboradores en el estudio

We Are Testers

Gestión del proyecto: Arantza Magunagoitia

Coordinación del estudio: Rodrigo González

Equipo de investigación: Mar Luquero, Izaskun Nieto

Diseño y producción

101

Dirección creativa: Pedro Arechaga

Presentación y diseño del informe: Daniel Martín

Coordinación del proyecto: Marina Pleite

Apoyo creativo interno

Diseño de portada: Stefania Franzoi Pilz

Fotografías

Andrés de Tovar, Thomas Bedwin, Luis Mantilla

Índice

Índice	1
Resumen ejecutivo	2
Introducción	5
00 Sobre el estudio	6
El panorama global de las remesas y de la migración	10
01 La cultura de las remesas	12
Modelos de envío de remesas	14
Frecuencia de envío	15
Cantidad enviada	16
Motivos para enviar dinero	16
Conclusiones	19
02 La psicología del envío de dinero	20
Motivaciones emocionales para enviar dinero	21
Emociones positivas asociadas al envío de dinero	22
Emociones negativas asociadas al envío de dinero	25
El panorama relacional del envío de dinero	27
Conclusiones	29
03 La decisión de marcharse: por qué la gente cruza fronteras	30
Temas recurrentes en la migración	32
Variables regionales	34
La rueda de las emociones del migrante	36
Conclusiones	39
04 De migrante a miembro de la comunidad: el camino hacia la integración	40
Integración cultural y social	43
Principales barreras para la adaptación	44
Motores de la adaptación	46
Integración percibida	48
Resultados de la adaptación	50
Conclusiones	51
05 Identidad y pertenencia	52
Sentimiento de pertenencia	53
Nostalgia por el país de origen	55
Mantener el contacto con el hogar	57
Promesas de regreso	60
Conclusiones	65
06 Cartografía de la nostalgia	66
Conclusiones	70
Consideraciones finales	71
Bibliografía	72

Resumen ejecutivo

En este estudio se muestra que las remesas no son solo transacciones financieras, sino expresiones estructuradas de cuidado que sostienen a familias, identidades y comunidades a través de las fronteras.

Cuando se trata de enviar dinero, los migrantes destinan de forma constante alrededor del 10% de sus ingresos a las remesas. Estos fondos se utilizan principalmente para cubrir gastos cotidianos, emergencias y gastos educativos. El acto de enviar dinero marca un hito psicológico de estabilidad y éxito tanto para quienes lo envían como para sus familias.

Las remesas se envían por motivos de orgullo, felicidad y sentido de responsabilidad, aunque también generan sentimientos de culpa, presión y conflicto interno. De este modo, la satisfacción y la carga coexisten.

Sin embargo, el origen influye en la experiencia vivida de los migrantes en el extranjero. Las personas encuestadas procedentes de África y del Caribe informan sobre dinámicas emocionales y familiares más intensas. Las personas de origen asiático suelen estar más motivadas por el deber y la reciprocidad. Los europeos experimentan emociones menos intensas, mientras que las personas latinoamericanas expresan el mayor nivel de orgullo y presión al mismo tiempo.

Más allá de las emociones, el 79% de los migrantes afirma haber mejorado su calidad de vida desde que se trasladaron al extranjero. Aunque persisten barreras clave para la integración —como el empleo, la vivienda o las conexiones sociales—, estas pueden compensarse con factores clave como el idioma, los sistemas de apoyo y el acceso al trabajo. De hecho, la integración mejora significativamente de una generación a otra.

Entre todas las personas encuestadas, incluidas las de primera y segunda generación, el 61% afirma tener redes sociales mixtas. En esencia, la mayoría de los migrantes crea vínculos con la población local sin perder el contacto con su gente.

A través de este proceso, la mayoría de los migrantes desarrolla un doble sentido de hogar, siendo los más jóvenes los que están más centrados en su país de origen y los mayores los que más se identifican con el país de acogida. Aun así, el 41,7% planea regresar a su país de origen, aunque la idea de volver es en su mayoría simbólica o flexible. Curiosamente, los migrantes de segunda generación se sienten más integrados, pero hay más probabilidades de que deseen regresar, mientras que los de primera generación mantienen vínculos más fuertes en su vida diaria pese a que su intención de regresar es menor.

En todos los perfiles, la familia se posiciona como el nexo universal. Sin embargo, se observan diferencias generacionales: los migrantes más jóvenes sienten más nostalgia por las personas y los lugares, mientras que los mayores echan más de menos el estilo de vida y las relaciones.

En definitiva, la migración no es un recorrido lineal del origen al destino, sino una negociación constante de identidad, pertenencia y cuidado más allá de las fronteras.



“

Si bien los astronautas, héroes para siempre, apenas estuvieron unas horas en la Luna, yo llevo casi treinta años viviendo en este nuevo mundo. Sé que mis logros son bastante corrientes. No soy el único hombre que ha buscado la fortuna lejos de su hogar; ciertamente, no soy el primero. Con todo, en ocasiones me asombro de cada kilómetro que he recorrido, cada comida de la que he disfrutado, cada persona a quien he conocido, cada habitación en la que he dormido. Por corriente que resulte, a veces me parece que todo eso está más allá de mi imaginación

”

— Jhumpa Lahiri, *Intérprete de emociones*¹

Introducción

El pasado abril, una sola imagen de la Tierra detuvo el mundo. La imagen, una toma nocturna de nuestro planeta, fue tomada a bordo de la nave Orion durante un sobrevuelo tripulado alrededor de la Luna. Casi al mismo tiempo, nuestros equipos estaban realizando entrevistas detalladas sobre el poder de la migración y las remesas.

A simple vista, estas dos cosas no parecen estar relacionadas. Al principio, nosotros tampoco lo pensábamos.

En 1987, el filósofo cosmológico Frank White acuñó el término «efecto perspectiva» para describir el cambio cognitivo que experimentan los astronautas al observar la Tierra desde el espacio. La respuesta humana natural al reconocer nuestro planeta como una frágil pero impresionante «bola de vida» es de protección y admiración.

Durante nuestras entrevistas con migrantes de más de 20 nacionalidades, descubrimos que ellos también experimentaban una especie de «efecto perspectiva». Los trabajadores migrantes pasan la mayor parte del tiempo compaginando empleos y adaptándose a su entorno. Desde aprender nuevos idiomas hasta crear redes de apoyo desde cero, apenas disponen de un momento de calma para mirar atrás y valorar todo lo que han logrado.

Al vivir su propio momento de «efecto perspectiva», la especialista de la misión Artemis II, Christina Koch, describió la Tierra como un bote salvavidas suspendido en el universo. A medida que avanzábamos en las entrevistas, y gracias también a los años de experiencia documentando las vivencias de las personas migrantes, íbamos comprendiendo mejor cómo se sentía Koch. Desde una madre en Portugal que paga la educación de sus hijos en Filipinas hasta un bodeguero en Nueva York que se encarga de pagar las facturas médicas de su madre en República Dominicana, el mundo es una red de botes salvavidas.

A menudo mencionamos que el dinero que los trabajadores migrantes envían a casa supera a la ayuda exterior y la inversión en países de ingresos bajos y medios. Y es cierto. Solo en 2023, se enviaron alrededor de 656.000 millones de USD en remesas. Para más de 60 países, el 3% o más de su producto interior bruto (PIB) depende del dinero que envían los migrantes. En países como Tonga, ese porcentaje puede alcanzar el 42,6%.

Sin embargo, la clave no está tanto en las cifras como en la red de cuidados que han construido las personas en todo el mundo. El amor cruza fronteras, a menudo en forma de dinero, pero acaba transformándose en atención médica, educación y desarrollo de la comunidad. A veces también se transforma en algo mucho más sencillo y quizá más humano: una entrada de cine para una ama de casa que le sabe a independencia, o un regalo de cumpleaños inesperado para un niño acostumbrado a compartirlo todo con sus otros siete hermanos.

Al igual que los astronautas, los migrantes cargan con el peso de los sueños y las expectativas, no solo propias, sino también de quienes dejan atrás. Más allá de las obligaciones económicas, los migrantes a menudo tienen que llevar una vida que permita a los suyos vivir a través de ellos, incluso cuando las cosas se ponen difíciles. Como nos contaba uno de nuestros agentes: «Al llegar aquí, lo más duro fue estar lejos de mis padres. Estaba muy acostumbrado a su presencia. Aunque las cosas no fueran bien, les decía que todo iba perfecto para que se quedaran tranquilos».

Al igual que la tripulación de la Artemis II envió una foto de la Tierra como prueba de que lo habían logrado, los migrantes envían dinero no solo para mantener a los suyos, sino también para dar una señal de que han encontrado su sitio, de que todo va bien. Como observó Koch al mirar atrás hacia nuestro planeta: «Somos más parecidos que diferentes». Ya sea en el extranjero o en órbita, aferrarse a las personas y a los lugares de los que procedemos forma parte de la naturaleza humana. Puede que la mayoría de los migrantes nunca crucen la atmósfera terrestre, pero el «efecto perspectiva» de sus viajes no deja de ser una auténtica maravilla.

¹ Lahiri, J. (1999). *Intérprete de emociones*. Houghton Mifflin.

² Frank White, *The Overview Effect: Space Exploration and Human Evolution* (Boston: Houghton Mifflin, 1987).

³ NASA Artemis, "Christina Koch on the overview effect," video publicado en X (anteriormente Twitter), [26 de abril, 2026], <https://x.com/NASAArtemis/status/2043075782470152588>.

⁴ World Bank. n.d. Remittances. Consultado el 5 de junio de 2026. <https://www.worldbank.org/en/topic/migration/brief/remittances-knomad>.

⁵ "Tonga ." World Bank Open Data, data.worldbank.org/country/tonga. Consultado el 5 de junio de 2026.

Sobre el estudio



Sobre el estudio

Durante la mayor parte de la última década, Ria se ha dedicado a visibilizar el lado humano de las remesas a través de su serie de entrevistas El mundo que compartimos. Nos hemos reunido con trabajadores migrantes de todo el mundo para conocer de cerca sus trayectorias, dificultades y logros. Lo que encontramos fue un compromiso inquebrantable a la hora de salir adelante, apoyar a los seres queridos que dejaron atrás y luchar por sus sueños compartidos.

Nuestros estudios anteriores ya apuntaban a que existe un fuerte componente emocional en el envío de remesas, pero queríamos respaldar esta idea con datos sólidos. Para lograrlo, nos asociamos con We Are Testers, quienes realizaron entrevistas cualitativas y cuantitativas en varias regiones, hablando con migrantes de más de 20 nacionalidades.

La metodología de investigación cualitativa empleada en nuestro estudio La divisa del cariño consistió en la organización de grupos de discusión virtuales en mercados internacionales clave por parte de We Are Testers.

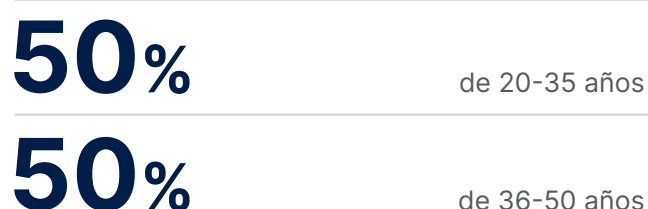
Este enfoque permitió analizar a fondo los comportamientos, las percepciones y las experiencias de los usuarios de remesas, combinando diferentes perfiles de participantes con debates interactivos para obtener conclusiones profundas y llenas de matices. El desglose de los participantes fue el siguiente:

Perfil de la muestra cualitativa

Género



Rango de edades



Hábito de envío de remesas

Envío de dinero al meno



Composición del grupo de discusión

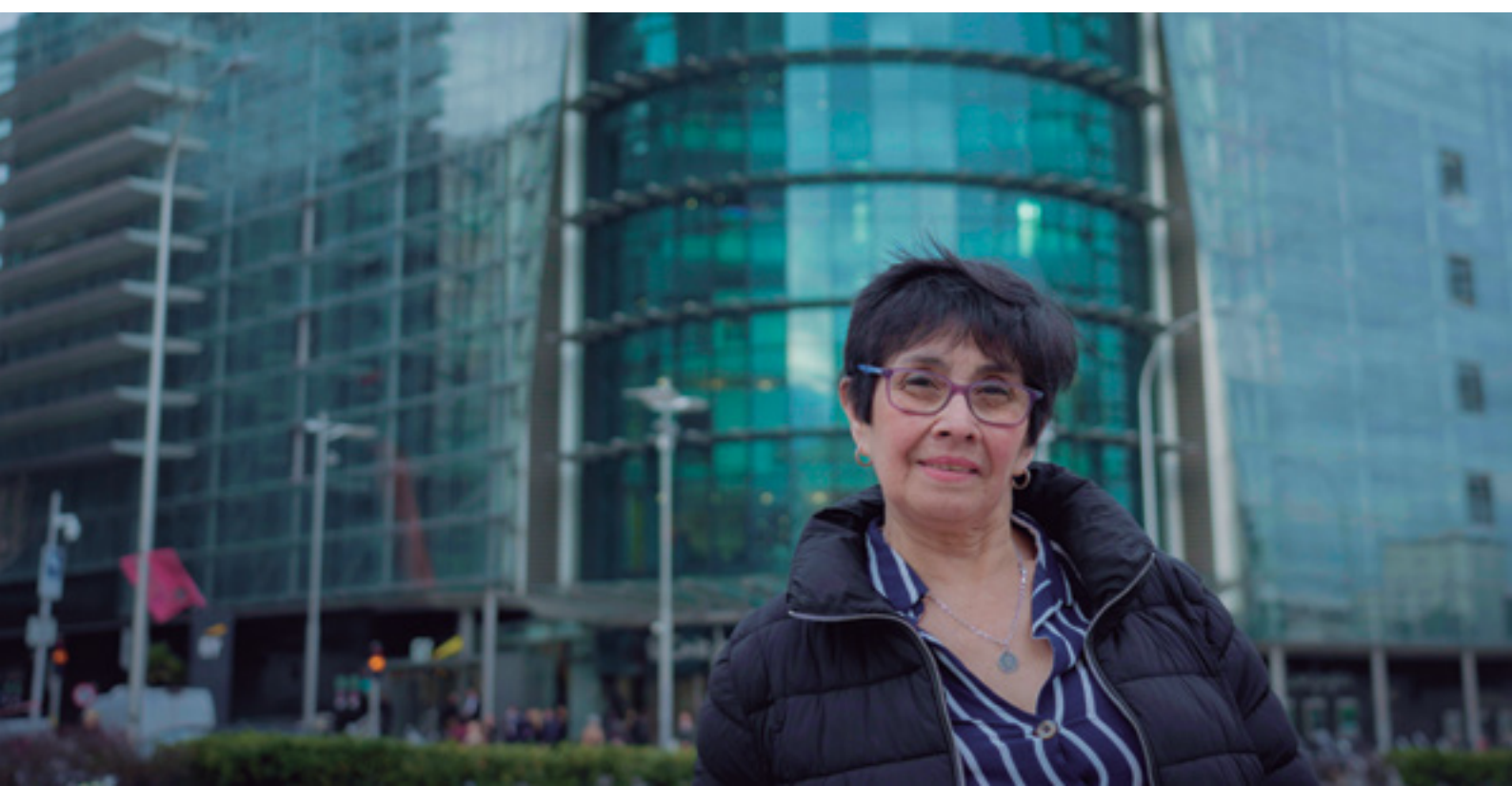
Grupo de discusión	Región geográfica	Perfil de los participantes
FG1	España	Migrantes latinoamericanos
FG2	España	Migrantes de Europa del este
FG3	Francia	Migrantes senegaleses y argelinos
FG4	Francia	Migrantes marroquíes
FG5	Reino Unido	Migrantes de India y Pakistán
FG6	Reino Unido	Migrantes de Europa del este
FG7	Estados Unidos	Migrantes latinoamericanos
FG8	Estados Unidos	Migrantes indios

Los hallazgos cualitativos se obtuvieron a partir de estos grupos de discusión con el fin de analizar a fondo los comportamientos y las vivencias de los participantes.

Estos hallazgos se complementaron con una encuesta cuantitativa online realizada en cuatro mercados clave, España (n = 300), Francia (n = 264), Reino Unido (n = 300) y Estados Unidos (n = 300), que se diseñó para medir estos patrones a gran escala.

El trabajo de campo se llevó a cabo a través del panel de We Are Testers en España y mediante colaboradores internacionales en el resto de los países, garantizando así la cobertura de la muestra y su comparabilidad.

El público objetivo estuvo compuesto por migrantes de primera y segunda generación que envían dinero al extranjero. Para la selección de los participantes se utilizó un método de muestreo aleatorio simple.



Perfil de la muestra

Categoría	Subcategoría	Porcentaje
Distribución por género	Hombres	44,9%
	Mujeres	55,1%
Generación migratoria	Migrantes de primera generación	56%
	Migrantes de segunda generación	44%
Nivel de estudios	Sin estudios / educación primaria	1,7%
	Educación secundaria	16,2%
	Formación profesional	21,0%
	Grado universitario	28,6%
	Posgrado / Máster / Doctorado	22,4%
Situación laboral	Empleo a tiempo completo	59,6%
	Empleo a tiempo parcial	9,9%
	Autónomo	6,9%
	Desempleo / buscando empleo	7,0%
	Estudiante	5,2%
	Jubilado/a o pensionista	7,8%
	Otros	3,7%

Los objetivos principales de la investigación consistieron en comprender los hábitos de envío de remesas, como las motivaciones y la frecuencia, y analizar el proceso de migración e integración. Entre los temas abordados se incluyeron los motivos para migrar, la adaptación en el país de acogida, la percepción de la mejora en la calidad de vida y los vínculos emocionales con el país de origen.

El panorama global de las remesas y de la migración

Antes de analizar los hallazgos de este estudio, es importante establecer una base de referencia sobre la migración global y los flujos de remesas. Entre 2013 y 2024, el Banco Mundial coordinó la Alianza Mundial de Conocimientos sobre Migración y Desarrollo (KNOMAD), que se encargó de elaborar una serie de informes sobre migración y remesas.

Según su último documento de conclusiones, se estima que en 2023 se enviaron 656.000 millones USD en remesas a países de ingresos bajos y medios, una cifra que supera tanto a la inversión extranjera directa como a la ayuda oficial al desarrollo.

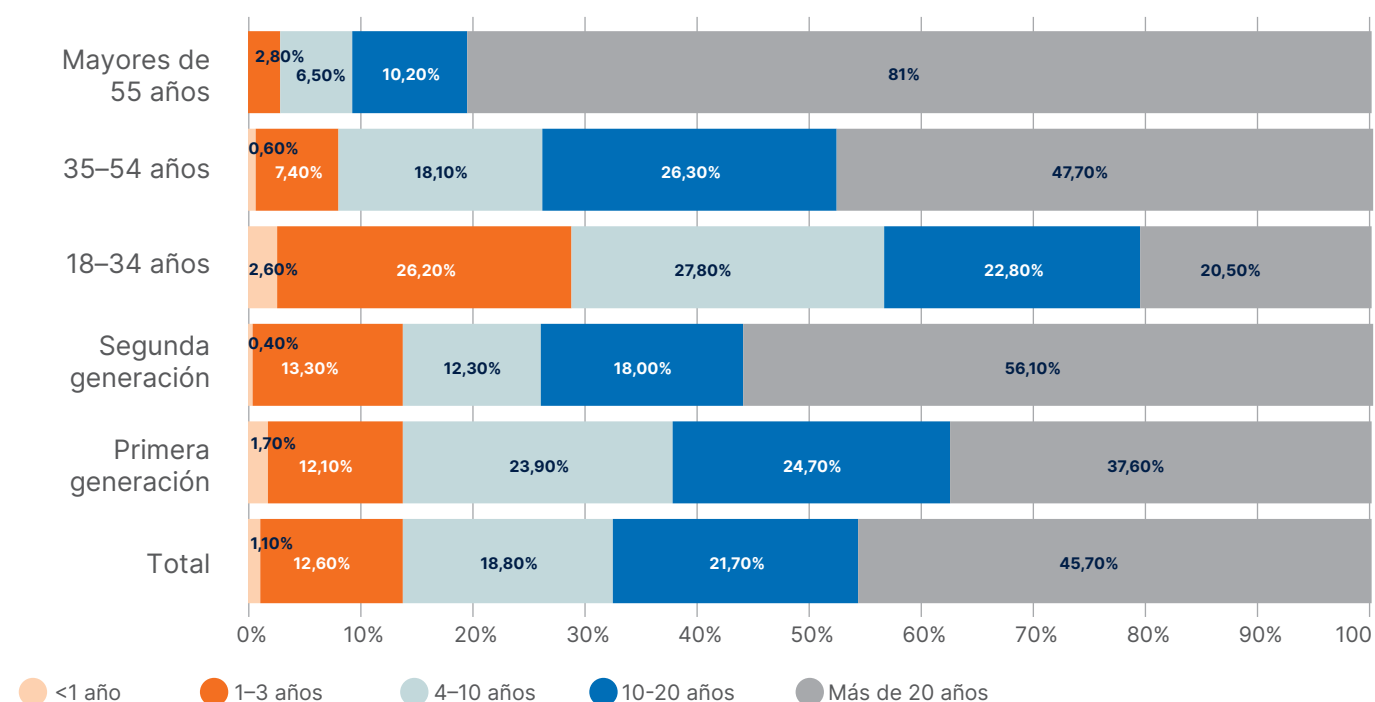
Los cinco principales países receptores fueron India (120.000 millones USD), México (66.000 millones USD), China (50.000 millones USD), Filipinas (39.000 millones USD) y Pakistán (27.000 millones USD). Estos flujos, impulsados por los trabajadores migrantes, representan una fuente de ingresos fundamental para millones de hogares en economías en desarrollo, cuyo impacto humano se analizará a fondo en este estudio.

A mediados de 2024, el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (ONU DAES) informó que 1 de cada 27 personas en el mundo era migrante internacional, lo que supone un total de 304 millones de personas, de las cuales el 48% eran mujeres.

En nuestro estudio se demuestra que la migración es, en gran medida, una experiencia a largo plazo. Alrededor de siete de cada diez migrantes llevan viviendo en su país de destino más de diez años. El arraigo es especialmente notable entre los migrantes de segunda generación y los mayores de 55 años; el 56% y el 81%, respectivamente, llevan más de dos décadas viviendo en su país de residencia.

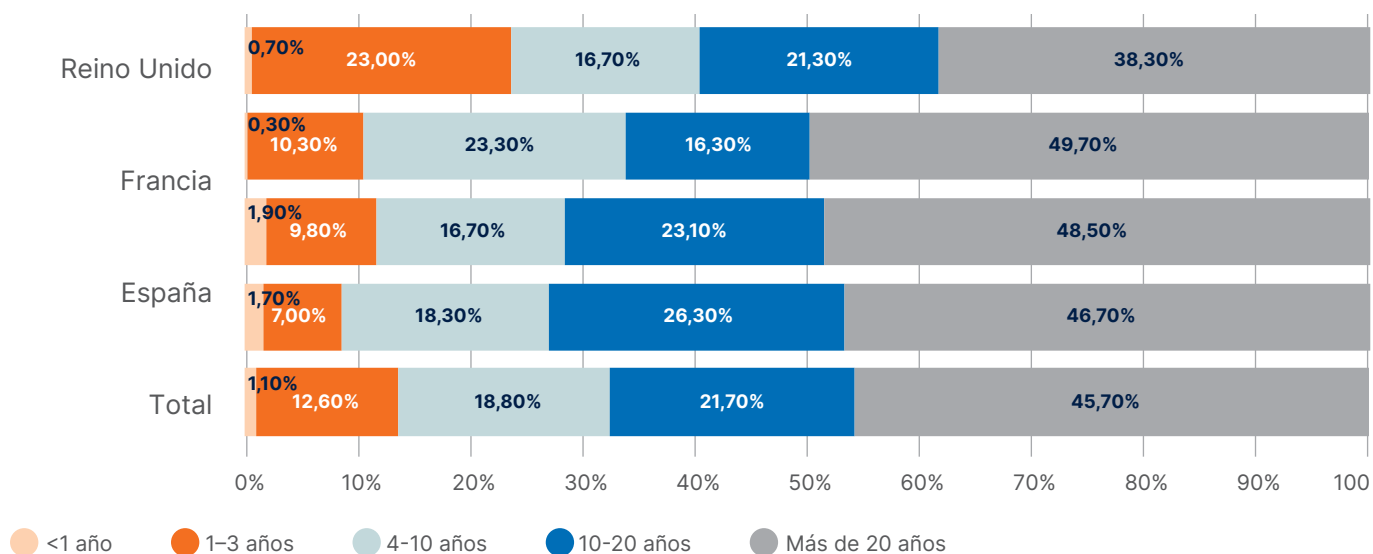
Por el contrario, los encuestados de 18 a 34 años representan la cohorte migratoria más reciente: el 28,8% lleva en el país menos de 3 años, y solo el 20,5% ha vivido allí durante más de 20 años.

Tiempo de estancia en el país de acogida por edad y generación



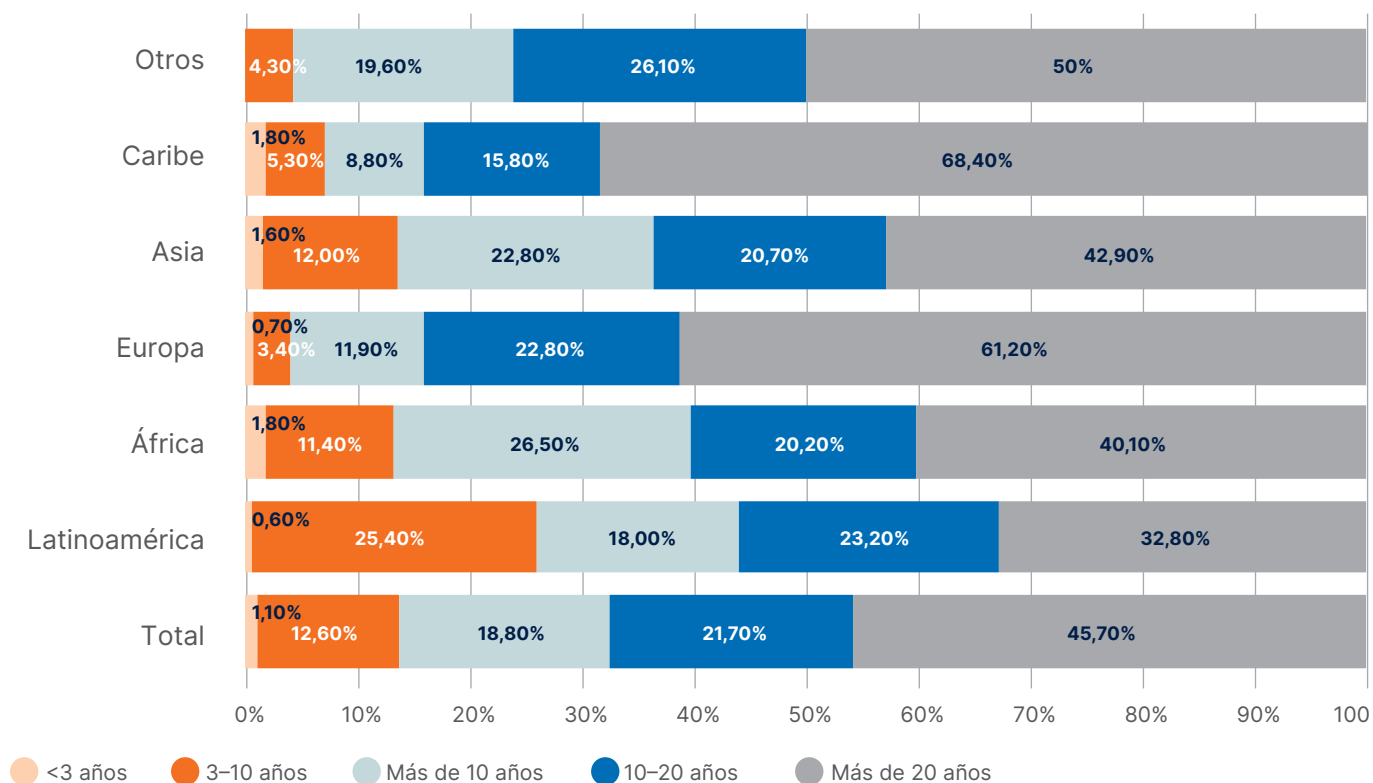
Al analizar los países encuestados, Estados Unidos se sitúa como el destino con el mayor flujo de migración reciente: el 23,7% de los encuestados llegó en los últimos tres años, una proporción que duplica o triplica la de otros perfiles.

Tiempo de estancia en el país de acogida por lugar de residencia



Si nos fijamos en la región de origen, los encuestados de América Latina muestran una mayor tendencia a haber migrado recientemente. Uno de cada cuatro llegó a su país de destino en los últimos tres años. Por el contrario, los encuestados procedentes del Caribe son los más arraigados; el 68,4% lleva viviendo en el país de destino más de dos décadas, seguidos por los encuestados europeos (61,2%).

Tiempo de estancia en el país de acogida por región de origen



Como se mostrará en los siguientes capítulos, la edad, el origen y el contexto determinan la migración de maneras muy distintas. Sin embargo, más allá de estas diferencias, emerge una realidad humana compartida: la necesidad de conectar, de pertenecer y de mantener los vínculos más allá de las fronteras.

A hand is shown from the wrist up, reaching upwards with the palm open. Above the hand, several US dollar bills are shown in mid-air, as if falling or being tossed. The background is a warm, textured orange-red color. A large, semi-transparent number '1' is positioned behind the text.

La cultura de las remesas

La cultura de las remesas

Aunque el cariño es universal, la cultura que rodea a las remesas es tan variada como las propias divisas. Tanto a nivel regional como personal, el acto de enviar dinero a quienes dependen de nosotros adopta formas diferentes. Desde la frecuencia hasta los motivos, cada migrante y cada familia siguen su propio camino.

Sin embargo, también encontramos muchos puntos de convergencia dentro de las comunidades y regiones, así como una concepción universal de lo que significa enviar dinero y de cómo debe hacerse.

En la mayoría de los casos, el primer envío de dinero se traduce en un hito psicológico enorme. Indica, tanto a ellos mismos como a sus beneficiarios, que han alcanzado un nivel mínimo de éxito que les permite mantenerse a sí mismos y ayudar a los demás.

El envío de dinero no siempre comienza inmediatamente después de llegar al país de destino. Al contrario, las personas suelen priorizar la adaptación y la supervivencia personal, e incluso muchos reciben dinero de sus familias en sus países de origen hasta que consiguen establecerse. Las remesas tienden a convertirse en una práctica regular una vez que los migrantes consiguen su primer trabajo o alcanzan cierto nivel de estabilidad económica y profesional.

El contexto cultural y las realidades financieras determinan cómo y cuándo empiezan los migrantes a enviar dinero.

El contexto cultural y las realidades financieras determinan cómo y cuándo empiezan los migrantes a enviar dinero.

Colectivo migrante	Características clave
LATAM	Muestran un mayor sentido de la urgencia
	Muchos empiezan a enviar dinero a partir de su primer trabajo, aun con salarios bajos.
	A menudo hay necesidades reales en el país de origen
INDIA	Es el grupo que, de media, se enfrenta a una menor presión económica en su país de origen
	Suelen proceder de entornos familiares con mayor seguridad financiera
	Los envíos tienden a comenzar incluso después de haber conseguido el primer trabajo estable
NORTE DE ÁFRICA	Tienden a partir de una situación algo más cómoda (especialmente en su país de origen)
	Las transferencias comienzan más tarde; no necesariamente con el primer trabajo estable, sino cuando el arraigo es mayor en general
EUROPA DEL ESTE	En la mayoría de los casos, no existe una necesidad urgente de enviar dinero
	Las transferencias comienzan de forma gradual, a menudo a partir de los primeros ingresos (aunque sean simbólicos)

Una vez que alcanzan cierto nivel de estabilidad, su enfoque a la hora de realizar los envíos suele seguir uno de estos tres modelos de comportamiento.

Modelos de envío de remesas

El modelo «A priori»

Este modelo es el más común entre todos los perfiles, especialmente entre los migrantes marroquíes y argelinos. Consiste en reservar una cantidad relativamente fija a principios de cada mes. Cada dos o tres meses, el total acumulado se envía en una sola transferencia.

La planificación se realiza normalmente al recibir los ingresos, descontando esas cantidades fijas directamente de los salarios. La cantidad exacta asignada puede variar desde un mínimo establecido hasta una cifra exacta. En ambos casos, se realizan ajustes en función de las necesidades.



Ya lo tengo en la cabeza... Pago el alquiler, las facturas y reservo la cantidad que voy a enviar a mi familia. Es un dinero con el que no cuento. Mi mente ni lo registra. Es simplemente un gasto más que no puedo evitar



— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

El modelo «A posteriori»

Este modelo, menos común y más frecuente entre los perfiles más jóvenes y los europeos del este, consiste en acumular ahorros de forma gradual a lo largo del mes. El dinero se suele ahorrar durante un período más largo y se envía en función de las necesidades o de la conveniencia logística.

La planificación está menos estructurada, aunque la idea de enviar dinero a su país de origen siempre está presente. Debido a que las necesidades o la presión financiera son menos urgentes, los migrantes que siguen este modelo a menudo no perciben las remesas como una obligación estricta, especialmente si se comparan con quienes utilizan el método «A priori».



No aparto dinero de forma sistemática. Cuando lo necesitan, se lo envío



— Participante, grupo de discusión de Francia

En general, las personas viven de su salario durante todo el mes con la intención de que les quede algo al final para enviárselo a sus familias.

El modelo «Mixto»

El modelo «Mixto» implica una planificación mínima con margen para la flexibilidad y es el menos común. El dinero se suele ahorrar durante un período más largo y se envía en función de las necesidades o de consideraciones logísticas. Por lo general, existe un objetivo de cantidad fija, pero no hay tanta presión para alcanzarla como en el modelo «A priori».

La cantidad se reserva a principios de mes, pero si surgen imprevistos, el migrante se siente más cómodo detrayendo fondos de ese presupuesto para poder llegar a fin de mes.



No hay una cantidad fija. Es una cifra más o menos similar, pero según cómo vayan las cosas, lo aparto o no. Hay meses en los que sé que puedo permitírmelo, así que lo hago al principio y evito la tentación de usar ese dinero. Otros meses, sé que lo voy a necesitar o no estoy seguro de cómo irán las cosas, así que no lo reservo y decido más tarde... En mi caso no hay ninguna norma estricta



— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

Frecuencia de envío

Otro factor definitorio de la cultura de las remesas es la frecuencia con la que los migrantes envían dinero. Como se ha señalado antes, quienes utilizan el método

«A priori» tienden a enviar dinero cada 2 o 3 meses, pero no siempre es así.

Un patrón habitual es el de «acumular y enviar», en el que los fondos se ahorran durante un período de 2 a 4 meses y se transfieren como una suma mayor. Los migrantes que siguen este patrón consideran que, a diferencia del envío de una asignación mensual, la remesa de una suma elevada puede percibirse como un verdadero impulso financiero. Además, reducir el número de transferencias también puede ayudarles a ahorrar en comisiones por transacción.



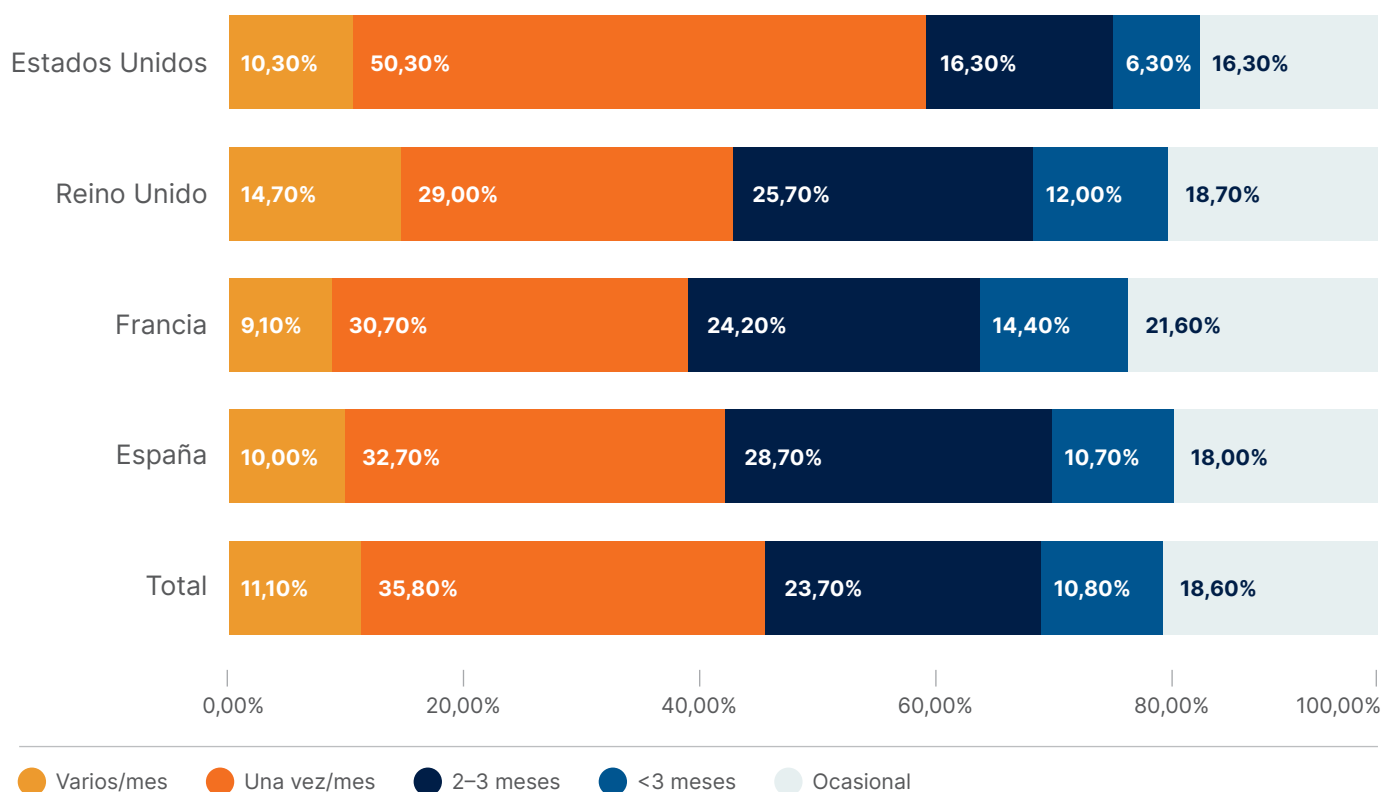
Prefiero enviar una cantidad mayor para que reciban una suma significativa. Psicológicamente tiene más impacto. Cada mes ahorro una cantidad determinada y, al cabo de seis meses, puedo enviar algo que, para ellos, sobre todo con el tipo de cambio, representa una cantidad considerable. Me hace sentir mejor



— Participant, UK Focus Group

Sin embargo, los siguientes datos muestran que casi la mitad de los encuestados afirmaron enviar dinero al menos una vez al mes, siendo los migrantes de Estados Unidos los que lideran esta frecuencia de envío.

Frecuencia de envío de remesas por país de residencia



Cantidad enviada

La cantidad enviada es otro factor determinante. Aunque la cantidad varía, la mayoría de los migrantes parecen estar de acuerdo en qué parte de su salario debe destinarse a las remesas.

Existe una referencia bastante constante en lo que respecta al porcentaje de ingresos que se envía de vuelta a los países de origen, con una media de en torno al 10% de los ingresos totales, tal como se observa en la tabla siguiente.

Porcentaje de ingresos dedicado a las remesas, por corredor

Región	Corredor / colectivo	Rango estimado
América del Norte y del Sur	Latinoamericanos en Estados Unidos	8-12%
	Latinoamericanos en España	7-10%
Asia	Indios en Estados Unidos	8-15%
	Indios y pakistaníes en el Reino Unido	10-18%
Europa	Europeos del este en España	2-5%
	Europeos del este en Reino Unido	10-15%
África	Argelinos en Francia	8-15%
	Marroquíes en Francia	10-20%

Motivos para enviar dinero

Otro punto de confluencia para los trabajadores migrantes son los motivos para enviar dinero. Aunque la frecuencia o la cantidad varían, las remesas se suelen utilizar para cubrir los mismos tipos de gastos en el país de origen, vinculados principalmente al sustento diario. A continuación, ofrecemos un desglose por categorías.

Motivos para enviar dinero

Categoría	Características clave
Sustento diario	La categoría más común y universal en todos los perfiles
	Apoyo adicional para los gastos diarios, como facturas de servicios públicos, alimentación y ropa
	Por lo general, no es urgente ni se basa en una necesidad imperiosa, sino que es complementario
Salud y tratamientos médicos	Especialmente relevante cuando hay padres ancianos o sistemas de salud deficientes en el país de origen
	Más común entre los migrantes latinoamericanos
	A menudo se trata de «urgencias» reactivas en las que las aportaciones se consideran una obligación
Imprevistos / urgencias	Incluye situaciones con un impacto crítico en el bienestar familiar (por ejemplo, averías, catástrofes naturales, reparaciones importantes)
	Impulsado por la necesidad de aliviar la carga familiar
Educación	Aportaciones para la matrícula o las tasas educativas a cualquier nivel para la familia extensa (por ejemplo, sobrinos, sobrinas, primos, primas)
	Más común entre los migrantes marroquíes y argelinos, así como entre los migrantes indios y pakistaníes en Reino Unido

Aunque estas motivaciones se comparten a grandes rasgos, las diferencias generacionales determinan la forma en que se utilizan las remesas. Los migrantes de segunda generación muestran una orientación más aspiracional. A diferencia de sus padres, este grupo utiliza las remesas como una forma de invertir o de estar presente en ocasiones especiales, como se ejemplifica en la tabla siguiente.

Finalidad de las remesas por generación

Finalidad	Muestra total (%)	Primera generación (%)	Segunda generación (%)
Apoyo familiar en situaciones de emergencia	42,4%	44,0%	40,4%
Gastos del hogar	39,3%	41,7%	36,3%
Eventos especiales y regalos	32,5%	30,8%	34,6%
Gastos médicos / salud	25,9%	29,6%	21,3%
Ahorro familiar	13,7%	12,9%	14,6%
Educación / estudios	12,8%	13,2%	12,3%
Apoyo a empresas/inversiones familiares	10,7%	8,4%	13,5%
Reembolso de deuda	10,1%	9,7%	10,5%
Inversión inmobiliaria	7,4%	6,4%	8,6%
Otros	2,1%	1,8%	2,3%

También observamos preferencias regionales en cuanto a la finalidad de las remesas. Por ejemplo, en África y el Caribe se muestra un gran interés en apoyar a la familia durante situaciones de emergencia, mientras que Europa registró la puntuación más alta en eventos especiales y regalos, y la más baja en gastos médicos u otros gastos relacionados con la salud. A continuación, se presenta un desglose completo por regiones.

Finalidad de las remesas por región

Finalidad	Total (%)	LATAM (%)	África (%)	Europa (%)	Asia (%)	Caribe (%)	Otros (%)
Gastos del hogar	39,3%	40,2%	38,2%	32,7%	44,0%	59,6%	39,1%
Apoyo a empresas/inversiones familiares	10,7%	11,3%	13,2%	6,8%	10,3%	12,3%	15,2%
Educación / estudios	12,8%	10,9%	18,4%	8,8%	15,2%	14,0%	6,5%
Gastos médicos / salud	25,9%	26,7%	33,8%	18,7%	27,7%	24,6%	15,2%
Ahorro familiar	13,7%	16,7%	11,0%	10,9%	16,3%	15,8%	13,0%
Apoyo familiar en situaciones de emergencia	42,4%	36,0%	57,7%	33,3%	40,2%	54,4%	47,8%
Reembolso de deuda	10,1%	11,6%	7,7%	9,9%	10,3%	10,5%	13,0%
Inversión inmobiliaria	7,4%	7,4%	8,1%	4,4%	9,8%	12,3%	6,5%
Eventos especiales y regalos	32,5%	25,4%	34,2%	38,4%	30,4%	33,3%	39,1%
Otros	2,1%	0,3%	1,1%	6,8%			

También se observan diferencias generacionales en la elección de los beneficiarios. Aunque ambos grupos se centran principalmente en la familia inmediata, los migrantes de segunda generación muestran una red de receptores más diversa, que incluye con mayor frecuencia a hijos, parejas y otros familiares. Esto sugiere que los migrantes de segunda generación tienen una relación más matizada con sus vínculos culturales, y a menudo utilizan las remesas para conectar con sus familiares en sus lugares de origen, tal como se puede ver en la tabla siguiente.

Beneficiarios de las remesas por generación

Receptor	Total (%)	Primera generación (%)	Segunda generación (%)
Padres	43,9%	52,1%	33,4%
Niños	15,7%	13,3%	18,8%
Pareja (cónyuge)	6,5%	5,4%	8,0%
Hermanos	27,5%	31,4%	22,5%
Abuelos	13,3%	10,1%	17,4%
Tíos	15,6%	11,8%	20,5%
Sobrinos	13,7%	13,2%	14,3%
Primos	15,6%	12,3%	19,9%
Amigos	16,9%	18,1%	15,4%
Otros miembros de la familia	6,8%	7,8%	5,5%
Otras personas	1,7%	2,1%	1,2%

A nivel regional, observamos una mayor propensión a enviar dinero a los padres en Asia y África, mientras que en América Latina y Europa los hijos son los principales receptores.

Beneficiarios de las remesas por región

Receptor	Total (%)	LATAM (%)	África (%)	Europa (%)	Asia (%)	Caribe (%)	Otros (%)
Padres	43,9%	40,2%	52,6%	37,8%	51,6%	33,3%	39,1%
Niños	15,7%	20,6%	7,0%	21,4%	12,5%	7,0%	21,7%
Pareja (cónyuge)	6,5%	8,4%	4,0%	7,5%	5,4%	8,8%	4,3%
Hermanos	27,5%	24,8%	36,0%	24,1%	26,1%	22,8%	28,3%
Abuelos	13,3%	17,7%	15,8%	8,2%	9,8%	19,3%	8,7%
Tíos	15,6%	13,5%	22,8%	8,5%	15,2%	31,6%	15,2%
Sobrinos	13,7%	9,6%	18,0%	13,6%	11,4%	21,1%	15,2%
Primos	15,6%	11,3%	23,5%	9,5%	13,6%	45,6%	8,7%
Amigos	16,9%	12,2%	19,5%	16,0%	16,8%	28,1%	26,1%
Otros miembros de la familia	6,8%	3,5%	9,6%	4,1%	11,4%	10,5%	6,5%
Otras personas	1,7%	2,3%	0,4%	2,7%	1,1%	1,8%	2,2%

Conclusiones

A través de este estudio, hemos podido trazar el mapa de la cultura de las remesas en función de las generaciones, las regiones de origen y los mercados de envío. En definitiva, las remesas reflejan algo más que un comportamiento financiero. Revelan cómo los migrantes equilibran la obligación y el vínculo a través de las fronteras.



La psicología del envío de dinero



La psicología del envío de dinero

En la experiencia de envío de remesas coexisten la presión y la satisfacción. Aunque predominan las emociones positivas, nuestro estudio también ha sacado a la luz tensiones internas que a menudo pasan desapercibidas.

La cultura y el género también pueden influir en la disposición de una persona a hablar abiertamente sobre sus dificultades. Incluso con estas variables en juego, en nuestra investigación afloraron muchos sentimientos encontrados.

Motivaciones emocionales para enviar dinero

Lo primero que debemos comprender son las motivaciones psicológicas subyacentes en el envío de dinero. Más allá de la necesidad, ¿por qué los migrantes destinan parte de sus ingresos a las remesas? Echemos un vistazo a los siguientes datos.

Motivaciones psicológicas, envío de dinero

Motivación	Total (%)
Satisfacción personal por ayudar a mi familia	44,3%
Tranquilidad de saber que mi familia está mejor	41,8%
Sentido de la responsabilidad familiar	39,1%
Orgullo de ayudar a mi familia	37,5%
Mantener una conexión con mi país de origen o mi familia	29,1%
Reciprocidad (devolver lo que mi familia me ha dado)	21,8%
Hábito/rutina	11,8%
Sentimiento de culpa por estar en una situación mejor	10,8%
Pagar una deuda	8,5%
Presión familiar	6,4%
Otros	3,3%

En última instancia, la distancia física aumenta el valor simbólico del dinero. Se convierte en una forma de mantener la cercanía a pesar de estar lejos. Al mismo tiempo, las remesas responden directamente a las necesidades familiares y comunitarias y reflejan el propio éxito del migrante.

Motivaciones emocionales por región

Como se ha visto en las secciones anteriores, las diferencias regionales también influyen en las motivaciones afectivas para enviar dinero. En este desglose se muestra cómo varían las motivaciones según la región.

Motivación	Total (%)	LATAM (%)	África (%)	Europa (%)	Asia (%)	Caribe (%)	Otros (%)
Satisfacción personal por ayudar a la familia	44,3%	38,6%	57,4%	38,8%	42,4%	50,9%	41,3%
Sentido de la responsabilidad familiar	39,1%	36,0%	45,6%	31,6%	45,1%	43,9%	39,1%
Mantener la conexión con el país de origen/familia	29,1%	22,2%	35,7%	25,5%	32,6%	40,4%	32,6%
Orgullo de ayudar a la familia	37,5%	30,5%	48,2%	31,6%	36,4%	59,6%	34,8%
Presión familiar	6,4%	7,1%	6,6%	4,1%	8,7%	8,8%	4,3%
Culpa por estar en un situación mejor	10,8%	12,2%	10,7%	6,5%	15,2%	10,5%	13,0%
Hábito/rutina	11,8%	14,8%	11,4%	10,2%	12,5%	10,5%	2,2%
Reciprocidad (devolver)	21,8%	18,3%	25,0%	16,3%	28,3%	29,8%	26,1%
Tranquilidad (la familia está mejor)	41,8%	41,2%	48,2%	37,8%	41,8%	45,6%	28,3%
Pagar una deuda	8,5%	8,0%	5,5%	8,8%	12,5%	8,8%	10,9%
Otros	3,3%	2,9%	1,1%	6,8%	1,6%	—	6,5%

A partir de los datos recopilados, África y el Caribe muestran una relación más profunda y centrada en la familia con las remesas en comparación con otros grupos.

Asia también muestra un alto nivel de compromiso afectivo, vinculado sobre todo al deber percibido y a la reciprocidad familiar. Por el contrario, Europa refleja una relación más neutra y racionalizada con el envío de dinero, con niveles más bajos de intensidad emocional en la mayoría de las motivaciones analizadas.

América Latina destaca por una experiencia más intensa y ambivalente de las remesas, combinando altos niveles de orgullo con una mayor carga económica y psicológica.

Mientras que los datos destacan los factores que impulsan las remesas, los hallazgos cualitativos muestran cómo se viven estas motivaciones.

Emociones positivas asociadas al envío de dinero

Orgullo

Vinculado a la identidad y a la capacidad de cumplir con el rol de sostén.



Es un sentimiento de orgullo abrumador. Saber que estás devolviendo todo lo que han hecho por ti. Estás ayudando a tu familia a tener una vida mejor después de todos los sacrificios que han hecho...



— Participante, grupo de discusión de España

Existe una satisfacción inherente que proviene de ser el sostén económico o de tener la capacidad de invertir en el futuro de sus seres queridos. El orgullo se ve reforzado al conocer el impacto que tienen las remesas en el nivel de vida de los beneficiarios y al saber que, sin el esfuerzo del migrante, esto no sería posible. En general, se produce un aumento de la autoestima al cumplir con los roles tradicionales de sostén familiar, lo que refuerza un propósito claro y la identidad cultural en todos los perfiles.

Felicidad

La recompensa emocional de mejorar el día a día de los seres queridos.



No es mucho, pero me hace feliz saber que mi madre puede comprarse sus cosas y darse pequeños caprichos. Es un acto de amor, así es como lo veo yo



— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

Al igual que el orgullo, la felicidad nace de desempeñar un papel fundamental en la calidad de vida de los seres queridos. Relacionada con el placer altruista de compartir la prosperidad, la felicidad refuerza los vínculos intergeneracionales dentro de las estructuras familiares. De hecho, incluso la facilidad de la transacción refuerza la idea de que compartir la felicidad es fácil, directo y, sobre todo, posible.

Satisfacción

Un sentimiento de logro al cumplir con las expectativas personales y familiares.



He trabajado duro para conseguirlo y lo he logrado. Mis padres trabajaron duro para que yo pudiera tener éxito. Enviar dinero es mi forma de devolver esos sacrificios...



— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

Existe una profunda gratificación al poder corresponder a las aportaciones de los padres. Los migrantes afirman sentir que han actuado correctamente con sus padres, tanto al asumir su papel de sostén económico como el de cuidadores. El propio ciclo migratorio lleva consigo una serie de objetivos clave, como la independencia financiera o la consecución de un determinado nivel profesional. Cada uno de ellos aporta su propia satisfacción, que a su vez se vincula al acto de enviar dinero, lo que en última instancia se traduce en una percepción general de éxito.

Seguridad

Refuerza la estabilidad y la confianza en la propia capacidad de ser un sostén familiar y mantener el apoyo.



Te da una sensación de seguridad. Tienes estabilidad financiera y puedes contribuir. No es que te sobre... pero tienes suficiente



— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

Al abandonar su país de origen, muchos migrantes renuncian a su sensación de seguridad. Con el tiempo, empiezan a recuperar la estabilidad. Enviar dinero ayuda a reforzar su posición en el país de acogida, al tiempo que refuerza la posición de su familia en su país de origen. La distancia física también puede percibirse como menor al saber que las necesidades materiales básicas están cubiertas en el país de origen. Esta cercanía relacional refuerza dicha estabilidad.

Conexión

Mantiene un sentido de cercanía y presencia a pesar de la distancia física.

“

Es una forma de seguir conectado con tus seres queridos. Agradecen los regalos y a mí me gusta hacérselos. Siento que sigo formando parte de la familia, aunque no esté allí”

— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

Mantenerse conectado con sus orígenes aporta tranquilidad a quienes viven en el extranjero. Las remesas permiten a los migrantes estar presentes «en espíritu» en bodas, cumpleaños, funerales y festividades, e incluso les permiten desempeñar un papel en el desarrollo de la comunidad a través de inversiones o la donación de propiedades. Enviar dinero ayuda a mitigar la ansiedad por la separación y mantiene la esperanza de un futuro retorno en mejores condiciones que las que motivaron la migración.

Empoderamiento

Refleja la recuperación del control, la autonomía y la inversión de la dependencia.

“

Me siento empoderada como hija. Siempre he vivido a la sombra de mi familia, y ahora soy yo la que puede compartir, ayudar y contribuir”

— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

Aunque los comienzos en el extranjero son una transición difícil, una vez que el migrante consigue salir adelante, puede empezar a desarrollar una percepción de control y autonomía que probablemente nunca antes había sentido. La persona que migra suele ser alguien que no estaba en la mejor situación para mantenerse a sí misma y a los suyos en su país de origen, por lo que el traslado viene motivado por el deseo de conseguir hacerlo. El sentimiento de empoderamiento surge tras la inversión de la dependencia, cuando el migrante adquiere la capacidad para apoyar económicamente a quienes antes lo apoyaban.



Emociones negativas asociadas al envío de dinero

Junto a estas experiencias positivas, surgen varias tensiones recurrentes.

Presión

Una obligación percibida de tener que proveer, a menudo reforzada por las expectativas y las necesidades familiares.



Sí, existe la sensación de que si fallas, si no envías, nadie más lo hará. Mis hermanos no envían. Si no lo hago yo... ¿Quién se va a hacer cargo?



— Participante, grupo de discusión de España

Aunque a menudo es autoimpuesta, existe una tensión implícita derivada de mantener a los miembros de la familia que lo necesitan. Incluso cuando los padres o los hermanos no lo exijan, el migrante sabe que se espera ese dinero. A menudo existen obligaciones y dinámicas culturales subyacentes que incluso pueden ser anteriores al traslado. Existe un sentimiento abrumador de responsabilidad que suele generar estrés en el emisor de la remesa, quien siente que no puede permitirse fallar.

Culpa

La sensación de no hacer lo suficiente, a pesar del esfuerzo y el sacrificio continuos.



Me gustaría enviar dinero todos los meses. Ojalá mi familia pudiera estar en una situación mucho mejor. Te deja un sentimiento agri dulce no ser capaz de mejorar por completo sus vidas



— Participante, grupo de discusión de Reino Unido

Frente a una gran necesidad, ¿cuándo se puede decir que ya es suficiente? Pese a los esfuerzos del migrante, la culpa puede manifestarse porque siente que no está enviando suficiente dinero, que podría enviar más o que debería hacerlo con más frecuencia. La distancia también dificulta valorar qué se necesita y cuándo. Por encima de todo, los migrantes a menudo sienten que han «abandonado» a su familia, aunque haya sido una decisión necesaria o de mutuo acuerdo. Las remesas se erigen como una respuesta para compensar una deuda emocional no resuelta.

Injusticia

Tensión derivada de la falta de correspondencia entre las expectativas y la supuesta sobreestimación de los recursos del migrante.



Sí, eso pasa. Como vivo en Francia, la gente piensa que gano mucho, que gano muchísimo, y existe la expectativa de que tengo que ayudar a más gente porque me sobra el dinero. Y no es el caso



— Participante, grupo de discusión de Francia

La distancia y los diferentes contextos económicos facilitan que se produzcan malentendidos. Los beneficiarios suelen percibir un salario en dólares, libras o euros como sinónimo de ingresos elevados. De este modo, el éxito del migrante se magnifica en su país de origen, lo que contribuye a un aumento de las expectativas en cuanto a la frecuencia, la cuantía y el alcance de las remesas. Esto provoca sentimientos de frustración y una dolorosa sensación de injusticia en el migrante.

Frustración

Conflicto entre los sacrificios personales y las necesidades de quienes están en el país de origen.



Te lo quitas a ti mismo para dárselo a tu familia, y hay cosas que no vas a poder hacer o comprar... Pero es tu familia y lo necesitan. Puede ser frustrante, pero es lo que hay



— Participante, grupo de discusión de España

Con frecuencia, cuando los recursos son limitados, el envío de dinero se vuelve una balanza imposible: lo que gana uno, lo pierde el otro. En estos casos, los sacrificios y las concesiones son inevitables, al igual que el conflicto de intereses que puede surgir entre las necesidades personales y las de la familia. Incluso cuando tanto quienes reciben el dinero como quienes lo envían disfrutan de una mejor situación económica, las remesas siguen exigiendo renunciar a ciertos placeres o metas personales que se van acumulando con el tiempo.

Ansiedad

Preocupación constante por la estabilidad financiera y la capacidad de hacer frente a las obligaciones tanto presentes como futuras.



Es inevitable pensar que en algún momento podrías no tener el dinero necesario para cubrir un gasto imprevisto, pero forma parte de la economía familiar. Es un gasto que ya tengo en cuenta



— Participant, FR Focus Group

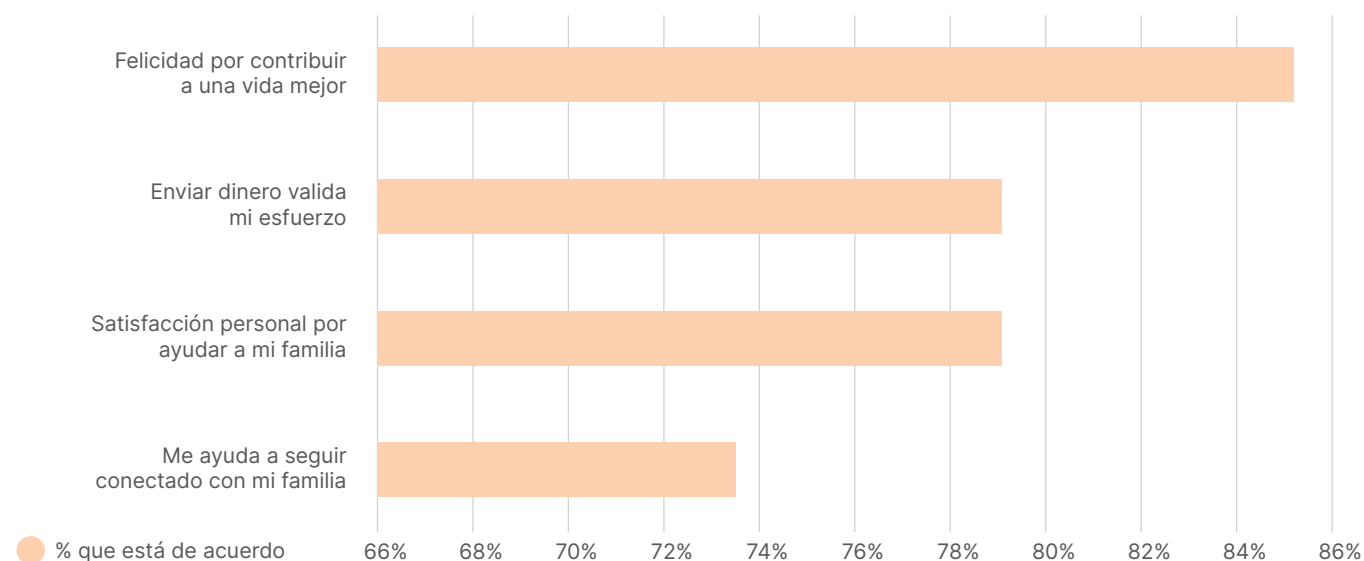
Enviar dinero al país de origen, en última instancia, detrae recursos de los propios ahorros del migrante. Si no hay suficiente dinero para todo, puede aumentar la preocupación por no poder cubrir gastos imprevistos. También puede llevar a cuestionar la importancia o la urgencia de las necesidades en el país de origen en comparación con la situación personal en el país de acogida. Al final, el migrante suele ser el responsable del bienestar financiero tanto propio como de su familia, duplicando así las fuentes de ansiedad.

El panorama relacional del envío de dinero

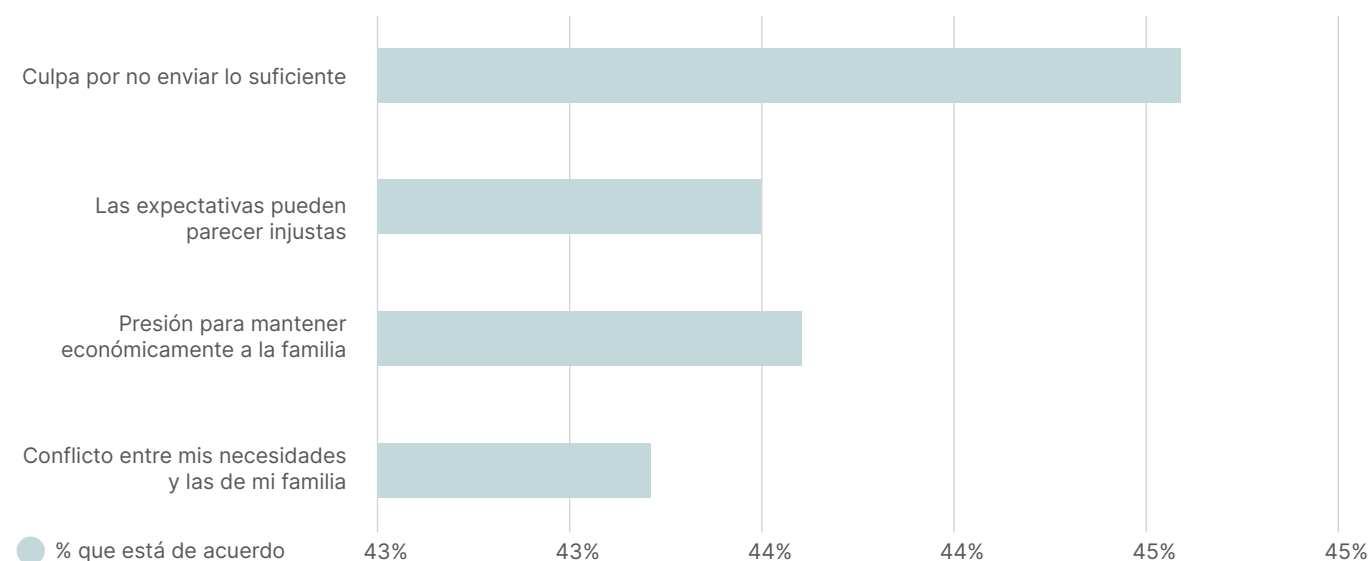
Aunque el proceso de envío de dinero sea una transacción sencilla, las emociones que lo rodean son cualquier cosa menos eso. A pesar de que el acto de enviar remesas se vive principalmente como una fuente de orgullo y continuidad relacional, los sentimientos de tensión y conflicto coexisten.

Como se muestra en el gráfico de abajo, muchos participantes coinciden en experimentar ambos lados del espectro emocional.

Motivaciones emocionales positivas



Tensiones emocionales



En última instancia, estas emociones reflejan la propia experiencia migratoria: generosidad y sacrificio, orgullo y carga, conexión y distancia. A continuación, se presenta un desglose regional.

Satisfacción psicológica por regiones

Motivación	% que está de acuerdo (total)	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Orgullo de poder corresponder a la familia	79,0%	84,2%	82,4%	70,4%	78,8%	77,2%	80,4%
Felicidad por contribuir a una vida mejor	85,1%	87,8%	86,0%	82,7%	82,6%	86,0%	84,8%
Enviar dinero valida mi esfuerzo	79,0%	83,0%	84,2%	68,4%	79,3%	82,5%	84,8%
Me ayuda a seguir conectado con mi familia	73,5%	75,6%	77,6%	65,3%	78,3%	68,4%	73,9%

Carga psicológica por regiones

Motivación	% que está de acuerdo (total)	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Presión para mantener económicamente a la familia	43,6%	55,3%	46,7%	31,3%	42,4%	40,4%	32,6%
Culpa por no enviar lo suficiente	44,6%	53,7%	46,3%	36,4%	44,6%	42,1%	28,3%
Conflicto entre necesidades personales y familiares	43,2%	53,7%	46,0%	32,7%	44,0%	35,1%	30,4%
Las expectativas pueden parecer injustas	43,5%	52,4%	43,0%	32,0%	48,4%	50,9%	30,4%

Estos indicadores reflejan la intensidad con la que se viven estos sentimientos.

Intensidad emocional en el contexto de las remesas

Según nuestra investigación, el Caribe destaca como la región donde el orgullo se siente con mayor fuerza. Por el contrario, Europa refleja una experiencia de las remesas más equilibrada y menos intensa desde el punto de vista afectivo. LATAM muestra la experiencia más intensa y ambivalente de las remesas en general, combinando altos niveles de orgullo con una mayor presión económica y psicológica.

Intensidad percibida de las remesas (escala 0-10)

Región	Orgullo	Estrés	Región	Orgullo	Estrés
Total	7,8	4,6	Europa	7,0	3,6
LATAM	8,2	5,8	Asia	7,8	4,9
África	8,2	4,5	Caribe	8,7	4,2

Conclusiones

A pesar de las diferencias regionales y las tensiones psicológicas, el compromiso de los migrantes con las remesas se debe principalmente a sentimientos de orgullo, propósito y pertenencia. A través de las transferencias de dinero, los remitentes pueden mantener los vínculos familiares y reforzar una sensación de estabilidad y satisfacción tanto en sus países de acogida como de origen.



La decisión de marcharse: por qué la gente cruza fronteras

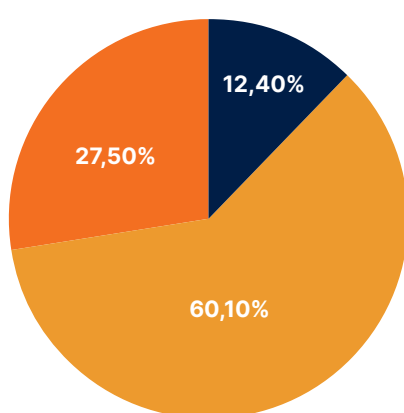


La decisión de marcharse: por qué la gente cruza fronteras

Para quien lo ve desde fuera, la migración puede parecer la solución a un problema. Surge una necesidad que no se puede satisfacer en el país de origen, lo que provoca un éxodo. Pero, como hemos visto, las respuestas a las preguntas sobre la migración y las remesas rara vez son sencillas.

Si bien es cierto que casi cuatro de cada diez encuestados afirmaron vivir en condiciones precarias en su país de origen, la gran mayoría calificó su experiencia como buena o muy buena. Por lo tanto, la migración no solo está impulsada por las dificultades, sino también por las aspiraciones.

Valoración de la situación personal en el país de origen

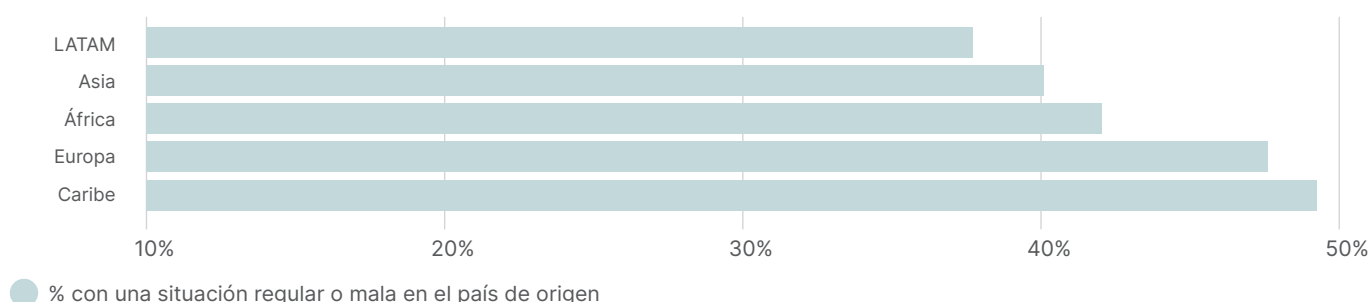


Se observan notables diferencias regionales en la forma en que los migrantes valoran su situación antes de emigrar. Principalmente, los migrantes del Caribe y de Europa son los que muestran un mayor grado de insatisfacción antes de partir.

Más allá de las diferencias regionales, el país de residencia también influye en la forma en que los migrantes evalúan su situación antes de migrar. Casi la mitad de los migrantes que residen en España (48,5%) describen su situación en su país de origen como regular, mala o muy mala, en contraste con el Reino Unido y los Estados Unidos, donde las condiciones originales son supuestamente más favorables.

● Buena (muy buena + buena) ● Regular ● Mala (mala + muy mala)

Encuestados con una situación regular o negativa en el país de origen



Situación percibida en el país de origen según la residencia actual

País	% regular + mala
España	48,5%
Francia	42,6%
Reino Unido	36,2%
Estados Unidos	33,7%

Aunque los datos no nos permiten identificar una única explicación, este patrón puede reflejar diferencias en los flujos migratorios, siendo España receptora de una mayor proporción de migrantes procedentes de contextos más difíciles, o variaciones en la forma en que los migrantes evalúan su punto de partida en función de su destino. Estas percepciones ayudan a explicar las motivaciones subyacentes de la migración, que se agrupan en cuatro temas recurrentes.

Temas recurrentes en la migración

En general, descubrimos que existen cuatro factores clave detrás de la decisión de trasladarse al extranjero.

Motores de la migración

Categoría	Descripción
Económico y profesional	La búsqueda de oportunidades
Relacionado con la seguridad	Huir de contextos políticos y sociales
Educativo	El desarrollo personal o el de sus hijos
Familiar y relacional	Reagrupación con sus seres queridos

Económico y profesional

La búsqueda de mejores oportunidades



Los salarios eran extremadamente bajos en Rumanía; la gente estaba mal pagada. Sentí que tenía que darme la oportunidad de lograr algo, de empezar a construir algo en España



— Participante, grupo de discusión de España

Para este grupo, trasladarse al extranjero representa una oportunidad para crear una vida mejor. Esta expectativa de futuro se forja a menudo por la forma en que el individuo percibe la viabilidad de objetivos como tener una vivienda en propiedad o alcanzar un determinado nivel de empleo en su país de origen. Si la persona siente que no puede progresar más, la migración se convierte en una forma de obtener una mayor seguridad financiera, estabilidad y mejores condiciones de vida. Dentro de este grupo, surgen tres variaciones distintas:

- Una brecha de subsistencia, en la que las personas no pueden alcanzar un nivel de vida digno
- Una brecha de progreso, en la que se cubren las necesidades básicas pero las oportunidades de progreso son limitadas
- Un techo profesional, en el que las personas alcanzan el nivel máximo de crecimiento posible en su país de origen

Relacionado con la seguridad

Una decisión forzada



Llegó un punto en el que no había absolutamente nada y daba miedo salir a la calle. No quería criar a mi hija en ese entorno



— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

Ante la inseguridad física directa o la inestabilidad estructural, el individuo percibe la partida como la única solución. Los hijos suelen actuar como catalizadores para marcharse, a menudo debido a los temores que rodean a su futuro por la falta de acceso a las necesidades básicas o el aumento de la violencia. Mientras que los adultos pueden adaptarse a ciertas condiciones desfavorables, el umbral es mucho menor para los padres. La culpa y la preocupación suelen surgir al ver que las condiciones insoportables afectan a sus hijos.

Educativo

La migración como proyecto personal



Siempre había tenido en mente la idea de estudiar en el extranjero



— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

A veces, la migración no es una decisión permanente, sino una inversión en el desarrollo personal. Puede vivirse como una búsqueda de propósito, que a menudo tiene lugar en una etapa de la vida en la que las personas aún no tienen claro el camino que quieren seguir. O puede reflejar un deseo de evolucionar, construir una base más sólida para el futuro, que todavía se imagina en el país de origen. Sin embargo, en muchos casos, lo que empieza como un plan temporal, como un máster de un año, se convierte en un traslado permanente. Lo que es más importante, este traslado conlleva una menor intensidad emocional al principio, ya que no está lastrado por la idea de permanencia.

Familiar y relacional

La migración como compensación emocional



Fue un esfuerzo, por supuesto... pero me iba a reencontrar con el amor de mi vida



— Participante, grupo de discusión de Francia

La migración implica una pérdida personal significativa, al dejar atrás amigos, familia, trabajo y estudios. Sin embargo, las personas suelen estar dispuestas a hacer esos sacrificios para reunirse con su familia o sus parejas. A veces, este traslado se realiza por obligación o por sentido del deber, como ocurre con los hijos que no tienen más remedio que seguir a sus padres o cuando el traslado está motivado por el temor a que termine una relación. Trasladarse para prestar atención médica a sus seres queridos en el extranjero también ejerce una fuerte atracción psicológica, aunque genera menos conflicto interno gracias a la sensación de satisfacción que se deriva de fortalecer los vínculos familiares y a la convicción de hacer lo correcto.



Variables regionales

Aunque los factores económicos predominan a nivel mundial, la importancia relativa de cada motivación varía significativamente según el corredor de origen y destino.

Motivaciones por corredor

Destino	Colectivo de origen	Tipo de motivación principal	Descripción
Estados Unidos	Latinoamérica	Mixto	Dividida entre objetivos educativos/profesionales, reagrupación familiar y huida de la inseguridad
Estados Unidos	India	Educación/oportunidad	En busca del «sueño americano», la influencia social y el acceso a la educación superior
España	Latinoamérica	Seguridad/frustración económica	Impulsada por la inseguridad y las oportunidades limitadas, lo que lleva a la pérdida de fe en una mejora
España	Europa del Este	Desarrollo económico/personal	Oportunidades laborales combinadas con el deseo de libertad personal y nuevas experiencias
Francia	Norte de África	Educación/familia/oportunidad	Impulsada por la educación, la oportunidad y la reagrupación familiar; Francia es vista como un destino natural
Reino Unido	India y Pakistán	Educación/familia	Impulsada por la reagrupación familiar y grandes ambiciones académicas
Reino Unido	Europa del este	Económico/frustración estructural	Impulsada por la frustración sistémica, combinando factores económicos y personales

Las motivaciones también varían significativamente según la región de origen de los migrantes. En América Latina y el Caribe se observa una mayor búsqueda de seguridad que en otros grupos, mientras que los encuestados africanos se centraron principalmente en la educación y la búsqueda de mejores oportunidades para sus hijos.

Motivaciones migratorias (Total + por región de origen)

Motivación	Total	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Mejores oportunidades laborales	33,7%	33,4%	26,1%	34,7%	39,1%	47,4%	34,8%
Mejorar la situación económica	30,4%	33,4%	29,0%	28,2%	28,3%	43,9%	23,9%
Vivir en un país más seguro	22,1%	26,7%	21,0%	16,7%	20,7%	29,8%	28,3%
Necesidad de cambio personal/empezar de nuevo	21,4%	22,2%	20,2%	22,1%	21,2%	21,1%	19,6%
Mejores oportunidades para niños	20,7%	18,3%	25,7%	13,6%	25,0%	31,6%	21,7%
Reagrupación familiar	17,0%	11,6%	21,0%	15,3%	20,1%	22,8%	21,7%
Estudios/educación	16,7%	14,5%	25,4%	8,2%	20,1%	21,1%	15,2%
Situación política en el país de origen	10,7%	18,0%	8,5%	7,1%	8,2%	3,5%	15,2%
Amigos/contactos en el destino	9,7%	11,3%	9,6%	8,8%	7,1%	7,0%	19,6%
Motivos de salud	5,6%	8,4%	5,1%	3,4%	4,9%	5,3%	6,5%
Persecución/discriminación	4,1%	5,5%	4,0%	4,1%	2,7%	3,5%	2,2%
Otros	9,8%	6,1%	9,6%	14,3%	9,2%	7,0%	13,0%

La búsqueda de mejores oportunidades laborales (33,7%) y la mejora de la situación económica personal (30,4%) encabezan la lista global de los motores de la migración. Asimismo, la búsqueda de un entorno seguro para la familia (22,1%), el deseo de brindar mejores oportunidades a los hijos (20,7%) y la motivación personal de empezar de cero (21,4%) son también factores muy frecuentes.

Estas motivaciones se ven, además, condicionadas por la percepción de las oportunidades que ofrece cada país de destino.

Principales motores de la migración por país de destino

Motivación	Total	Estados Unidos	España	Francia	Reino Unido
Mejores oportunidades laborales	33,7%	37,0%	41,0%	15,9%	38,7%
Mejorar la situación económica	30,4%	32,3%	38,7%	20,5%	29,0%
Vivir en un país más seguro	22,1%	23,0%	28,0%	15,5%	21,0%
Necesidad de cambio personal/empezar de nuevo	21,4%	22,3%	24,3%	15,5%	22,7%
Mejores oportunidades para niños	20,7%	22,7%	18,0%	13,3%	28,0%
Reagrupación familiar	17,0%	15,7%	11,3%	26,5%	15,7%
Estudios/educación	16,7%	20,3%	10,0%	16,7%	19,7%
Situación política en el país de origen	10,7%	9,0%	16,0%	10,6%	7,0%
Amigos/contactos en el destino	9,7%	10,7%	10,0%	10,2%	8,0%
Motivos de salud	5,6%	9,0%	5,0%	3,4%	4,7%
Persecución/discriminación	4,1%	5,7%	2,0%	3,8%	5,0%
Otros	9,8%	5,3%	7,3%	12,9%	14,0%

Para los migrantes, Reino Unido (38,7%) y Estados Unidos (37%) están más estrechamente vinculados a la obtención de mejores oportunidades laborales, mientras que España es el destino principal para quienes buscan empezar de cero (24,3%). Por su parte, Francia lidera en lo que respecta a la reagrupación familiar (26,5%).

La rueda de las emociones del migrante

La decisión de emigrar implica también un panorama emocional complejo.

A continuación, se presenta un mapa de los sentimientos —tanto positivos como negativos— que afloran en las primeras etapas del proceso migratorio.

Emociones ante la decisión de partir

Emociones positivas

Esperanza de mejora y progreso	Incertidumbre y duda
Curiosidad por nuevas experiencias	Tristeza por la distancia emocional
Entusiasmo por el futuro	Nostalgia del entorno familiar
Anhelos de una vida digna	Presión de las circunstancias
	Duelo por el desarraigo
	Ansiedad ante lo desconocido

De hecho, ciertos sentimientos específicos son más frecuentes que otros según el factor clave que motive el traslado. A continuación, se presenta un desglose del panorama psicológico de cada motivación central.

Emociones durante la migración económica y profesional

Emoción(es)	Explicación	Aportaciones cualitativas
Tristeza/melancolía/rabia	Sentimiento de pérdida vinculado a dejar atrás una vida construida, una identidad y una estructura, incluso cuando las condiciones son imperfectas.	La migración se vive como la pérdida de «la propia vida», a pesar de ser un paso hacia la mejora.
Miedo/incertidumbre (vida y carrera profesional)	Preocupación por la pérdida de estatus social y tener que aceptar puestos por debajo de su nivel profesional; miedo a un estancamiento en la carrera profesional.	Los migrantes prevén tener que bajar las expectativas y enfrentarse a la inestabilidad en las primeras etapas.
Pérdida/retroceso/duelo	Riesgo de fracaso y pérdida de los sistemas de apoyo familiar, profesional y social; dejar atrás lo conocido.	La migración se percibe como un volver a empezar, a menudo con el temor de perder todo lo construido hasta el momento.
Entusiasmo/esperanza/sueño	Aspiraciones de estabilidad, oportunidades y mejores condiciones de vida; creencia de que el progreso es alcanzable.	A pesar de los desafíos, la migración se plantea como un camino hacia un futuro mejor y el progreso personal.

“

Llegar aquí fue un shock: el frío, el idioma, la soledad. Pero también fue la primera vez que sentí que mi esfuerzo tenía un impacto real. Que podía trabajar, ahorrar, enviar dinero y mantener a mi familia. Cada transferencia que realizo es una forma de seguir conectado. Es mi manera de decirles: ‘No estoy allí, pero sigo con ustedes. La migración me rompió un poco, pero también me abrió un camino que nunca habría tenido si me hubiera quedado

”

— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

Emociones durante la migración relacionada con la seguridad

Emoción(es)	Explicación	Aportaciones cualitativas
Miedo/angustia/ansiedad	La exposición constante al riesgo y a la inestabilidad crea un estado persistente de incertidumbre y urgencia, lo que a menudo lleva a tomar decisiones difíciles o apresuradas.	La migración está impulsada por la necesidad de escapar de condiciones inseguras o insostenibles, incluso cuando la incertidumbre sigue siendo elevada.
Frustración/fatiga/aversión	La falta prolongada de mejoras y los continuos obstáculos sistémicos provocan agotamiento, pesimismo y deseos de marcharse.	Con el tiempo, el estancamiento desgasta la esperanza, haciendo que la partida parezca la única opción viable.
«Esperanza pragmática»	La migración se afronta como el menor de dos males, donde la incertidumbre es preferible a la certeza de una dificultad continua.	La posibilidad de un futuro mejor, por muy incierto que sea, se convierte en un motor clave para la acción.

“

En Venezuela, mi esposa y yo teníamos trabajos estables... Vivíamos en una zona que no era muy segura, y entraron a robar en nuestra casa. Ahí fue donde empezó realmente el miedo. Pudimos mudarnos a una zona un poco mejor, pero en menos de un mes, a punta de pistola, nos robaron el carro. Mis hijas tenían cuatro y dos años

— Participante, grupo de discusión de España

”

Emociones durante la migración por motivos educativos

Emoción(es)	Explicación	Aportaciones cualitativas
Curiosidad/impulso/ambición	El deseo de explorar, ponerse a prueba y descubrir nuevas oportunidades, a menudo respaldado por una red de seguridad que permite asumir riesgos calculados.	La migración se plantea como una exploración de posibilidades más que como una necesidad, impulsada por la curiosidad y la ambición.
Ilusión/entusiasmo/aspiración	Atracción por nuevas culturas y experiencias, combinada con el deseo de definir el propio camino y buscar el crecimiento personal.	La migración se vive como una oportunidad para el desarrollo personal y la realización propia.
«Tristeza leve»/ «vértigo controlado»	Malestar emocional ligado a la separación temporal, compensado por la expectativa de regreso y una red de seguridad percibida.	El coste emocional está presente pero es moderado, ya que la migración se ve como algo reversible y menos definitivo.

“

Mi decisión de venir no fue impulsiva; había pasado años preparándome para entrar en un programa de doctorado directamente después de mi carrera, algo que sencillamente no era posible en India. Cuando me aceptaron, sentí que por fin se abría una puerta que llevaba mucho tiempo empujando. Con todo, la ilusión se mezclaba con la culpa y el miedo. No dejaba de pensar: ‘¿Y si pasa algo? ¿Y si me necesitan? ¿Y si no estoy allí?’ Aun así, sabía que si quería crecer, si realmente quería dedicarme a la investigación, tenía que dar ese salto

— Participante, grupo de discusión de Estados Unidos

”

Emociones subyacentes en la migración familiar y emocional

Emoción(es)	Explicación	Aportaciones cualitativas
Alivio/ilusión/esperanza	La reagrupación se ve como el resultado natural, aportando estabilidad emocional y práctica junto con un fuerte deseo de cercanía.	La migración está impulsada por la expectativa de estar juntos, restableciendo la estabilidad tanto emocional como cotidiana.
Obligación emocional	Un deber percibido de seguir a la pareja o a la familia, donde mantenerse conectado pesa más que otras opciones alternas.	La migración se experimenta menos como una elección y más como un paso inevitable para preservar la unidad familiar.
Tristeza/«soledad anticipada»	Conciencia de dejar atrás entornos familiares y sistemas de apoyo, acompañada de una sensación proyectada de aislamiento.	Incluso cuando está impulsada por la reagrupación, la migración conlleva una conciencia subyacente de pérdida y separación.

“

Yo estaba bien en Marruecos. Tenía mi trabajo, mis amigos, mi familia... Mi vida era tranquila. Nunca había pensado en emigrar. Pero me enamoré de alguien que había nacido en Francia y la vida me puso ante una disyuntiva: quedarme o seguirle. Lo digo como si fuera sencillo, pero no lo fue. Soy una persona muy familiar, y dejar a mis padres fue como si me arrancaran un pedazo del pecho. El día que hice la maleta lloré más de lo que había llorado en años

— Participante, grupo de discusión de Francia

”



Conclusiones

Ya sea por educación, lazos familiares, relaciones, seguridad u oportunidades de empleo, la migración está impulsada por la búsqueda de vías para tener una vida mejor. A pesar de las diferencias regionales y por corredor, observamos una respuesta intrínsecamente humana a una de las decisiones más complejas de la vida.



De migrante a miembro de la comunidad: el camino hacia la integración



De migrante a miembro de la comunidad: el camino hacia la integración

A los migrantes los une un objetivo común: alcanzar un cierto nivel de integración en el país de acogida. Ya sea porque dejaron su hogar para buscar mejores oportunidades laborales o para hacer una maestría, la calidad y la facilidad de la experiencia dependen por completo de cómo el migrante sea capaz de reestablecer un sistema de apoyo y una forma de funcionar.

En nuestra investigación, observamos que, más allá de las situaciones económicas, la migración es, en última instancia, una búsqueda de un mayor bienestar y calidad de vida.



Hace veintidós años, mi padre trabajaba en otra ciudad. Pero visitó Kuala Lumpur y nos mandó una postal con una foto de las Torres Gemelas. Todavía conservo la foto y verla me fascina. El primer lugar que visité en Malasia fue la Torre KL mientras esperaba a que terminara el proceso de solicitud de mi visado. Estando allí, decidí que iba a dar el paso



— Kyaw, empleado birmano de Ria⁶

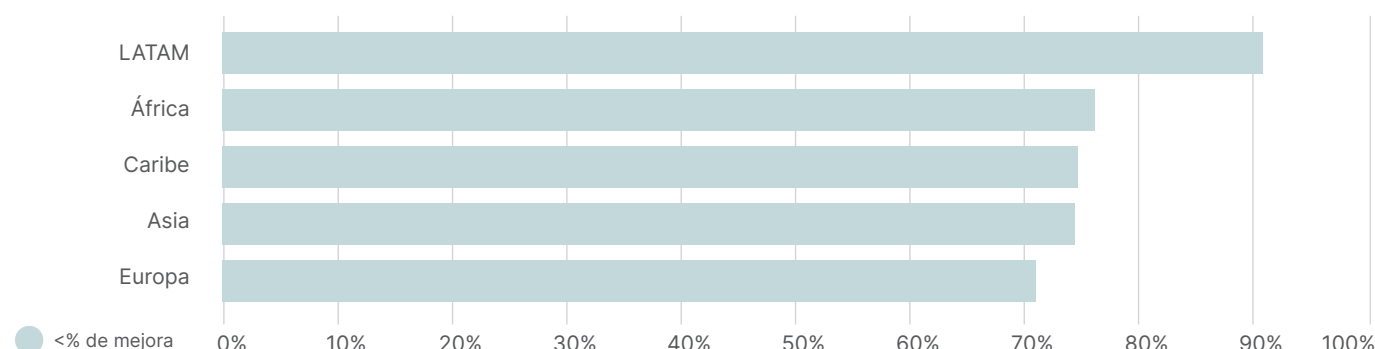
Impacto autopercibido de la migración en la calidad de vida

Resultado

	%
Ha mejorado (mucho + algo)	79,1%
Se ha mantenido igual	13,2%
Ha empeorado (mucho + algo)	7,7%

El porcentaje de personas que reportaron una pérdida en su calidad de vida es mínimo en comparación con quienes reportaron una mejora. Este indicador se cumple en todas las regiones.

Impacto autopercibido de la migración en la calidad de vida, por regiones



La mayoría de los encuestados coincidieron en que sus vidas habían mejorado gracias a la migración, independientemente de su país de origen, aunque América Latina registró la mayor mejora con diferencia.

El país de acogida también desempeña un papel fundamental: Estados Unidos y España ocupan los primeros puestos en la percepción de la mejora de la calidad de vida, mientras que Francia ocupa el último lugar.

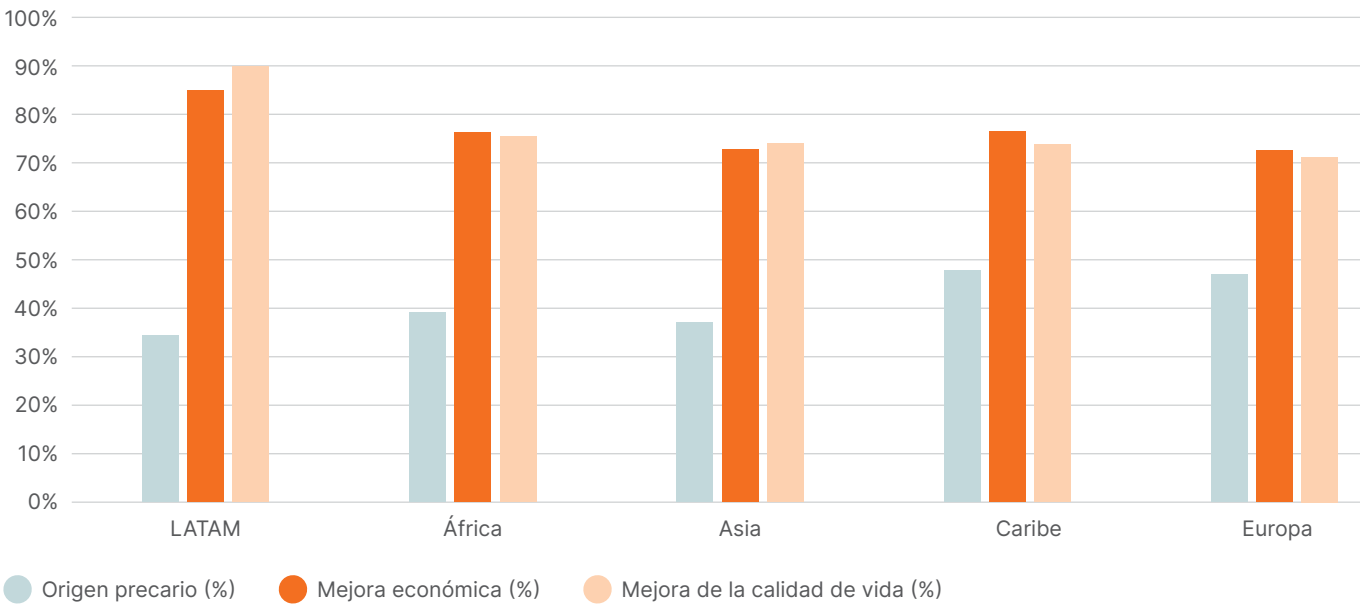
⁶ Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a William». Blog de Ria. <https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-meet-william/>.

Impacto autopercibido de la migración en la calidad de vida, por país de acogida

País	% de mejora
Estados Unidos	87,4%
España	85,9%
Reino Unido	76,2%
Francia	63,7%

En general, cerca de ocho de cada diez migrantes ven mejorar su situación económica y su calidad de vida. Para contextualizar esto, comparamos estos resultados con las evaluaciones previas a la migración de los encuestados presentadas en el capítulo anterior.

Percepción de mejora por categorías



Sin embargo, el éxito de la migración va más allá de la mejora financiera y el asentamiento inicial. La integración y la adaptación cultural son factores igualmente determinantes.

Integración cultural y social

El proceso de adaptación es la dimensión más humana y compleja de la migración.

La datos muestran que este viaje no es lineal, sino que está determinado por múltiples variables, entre las que destaca el cambio generacional. A medida que las barreras se van reduciendo con el tiempo, la tasa de éxito aumenta del 60% en la primera generación al 77% en la segunda.

Adaptación según el perfil migratorio

Segmento	Fácil	Ni fácil, ni difícil	Difícil
Primera generación	59,8%	27,1%	13,1%
Segunda generación	77,1%	18,6%	4,3%

Según nuestra investigación, el país de residencia también influye en la integración; Estados Unidos lidera en adaptación mientras que España representa el mayor desafío entre los países representados.

Adaptación por país de residencia

Segmento	Fácil	Ni fácil, ni difícil	Difícil
Media total	67,4%	23,4%	9,2%
Estados Unidos	71,3%	21,7%	7,0%
Francia	68,6%	21,2%	10,2%
Reino Unido	67,0%	26,0%	7,0%
España	63,0%	24,3%	12,7%

Cabe destacar que los niveles de adaptación se mantienen por encima del 60% en todos los países, lo que indica que la mayoría de los migrantes experimenta una integración relativamente fluida, independientemente de su destino. Donde sí vemos mayores brechas en la adaptación es por regiones.

Adaptación por región de origen

Región	Fácil	Ni fácil, ni difícil	Difícil
LATAM	72,7%	19,3%	8,0%
África	72,8%	19,9%	7,3%
Europa	65,6%	24,5%	9,9%
Asia	55,4%	31,5%	13,1%
Caribe	57,9%	33,3%	8,8%
Otros	71,7%	19,6%	8,7%

Independientemente del destino, los encuestados de América Latina y África declararon una mayor facilidad de adaptación, mientras que los migrantes de Asia y el Caribe refieren más dificultades para integrarse en su país de acogida.

Esto no significa que no existan retos asociados a la migración para determinados grupos. De hecho, en cuanto se empiezan a analizar los posibles obstáculos, se observa un panorama mucho más variado.

Principales barreras para la adaptación

Al establecerse en un nuevo país, los migrantes se enfrentan a una combinación de desafíos económicos, sociales, estructurales y ambientales. El empleo, las redes sociales y el acceso a la vivienda se perfilan como las barreras fundamentales para la adaptación de la población migrante.

Principales barreras para la adaptación (total)

Barrera	Total (%)	Barrera	Total (%)
Encontrar trabajo	26,3%	Procedimientos administrativos	20,7%
Hacer amigos/conexiones sociales	26,3%	Idioma	16,3%
Acceso a la vivienda	25,3%	Acceso a servicios (atención sanitaria, educación, etc.)	13,3%
Clima	24,6%	Ninguna en particular	20,0%
Diferencias culturales	23,6%	Otros	2,1%

Sin embargo, estas barreras no se viven de la misma manera por los migrantes de primera y segunda generación. Para los recién llegados, encontrar trabajo, adaptarse al clima y aprender el idioma desempeñan un papel importante que no es tan evidente para quienes nacieron en el país de acogida o se trasladaron a una edad muy temprana. En cambio, los migrantes de segunda generación manifiestan menos obstáculos en general.

Barreras por generación

Barrera	Primera generación (%)	Segunda generación (%)
Encontrar trabajo	31,1%	20,1%
Hacer amigos/conexiones sociales	26,7%	25,8%
Acceso a la vivienda	26,1%	24,2%
Clima	29,3%	18,6%
Diferencias culturales	23,6%	23,6%
Procedimientos administrativos	22,2%	18,8%
Idioma	20,4%	11,1%
Acceso a servicios	13,7%	12,9%
Ninguna en particular	18,9%	21,5%
Otros	1,5%	2,7%

Estos resultados sugieren que, a pesar de las barreras iniciales, se produce un proceso de adaptación exitoso de una generación a otra. Aun así, el lugar de origen de los migrantes sí marca la diferencia.

Barreras por región de origen

Barrera	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Encontrar trabajo	33,4%	23,5%	24,5%	23,9%	15,8%	28,3%
Hacer amigos/conexiones sociales	29,6%	27,2%	22,8%	26,6%	19,3%	28,3%
Acceso a la vivienda	31,5%	22,1%	23,1%	21,2%	31,6%	23,9%
Clima	17,7%	32,0%	17,3%	35,9%	36,8%	13,0%
Diferencias culturales	23,8%	21,3%	15,6%	34,2%	40,4%	23,9%
Procedimientos administrativos	25,4%	22,1%	22,1%	12,0%	5,3%	26,1%
Idioma	13,5%	12,9%	23,1%	15,2%	14,0%	19,6%
Acceso a servicios	13,5%	11,4%	10,5%	19,6%	12,3%	17,4%
Otros	0,6%	2,2%	3,1%	2,2%	1,8%	4,3%
Ninguna en particular	13,8%	21,3%	27,2%	15,2%	22,8%	23,9%

Para los latinoamericanos, las barreras estructurales, como conseguir un empleo y el acceso a la vivienda, plantean los mayores desafíos. Por su parte, los migrantes procedentes de África, Asia y el Caribe se enfrentan sobre todo a barreras sociales y ambientales, como el choque cultural, el clima o el establecimiento de amistades. Europa destaca como la región de origen con mayores dificultades para adaptarse al idioma. Es probable que esto refleje la composición de la muestra europea de nuestro estudio, conformada en su mayoría por personas de Europa del Este que residen en el Reino Unido, Estados Unidos, España o Francia, países con los que apenas comparten herencia lingüística.

No obstante, no se debe subestimar el papel que desempeña el país de residencia a la hora de favorecer o dificultar la integración. A continuación, veremos las diferencias entre ellos, aunque las dificultades sociales siguen siendo un denominador común en todos los casos.

Barreras para la adaptación por país de residencia

Barrera	Estados Unidos	España	Francia	Reino Unido
Encontrar trabajo	24,3%	40,0%	22,3%	18,0%
Hacer amigos/conexiones sociales	25,3%	30,3%	22,3%	26,7%
Acceso a la vivienda	23,0%	38,7%	19,7%	19,0%
Clima	21,3%	15,3%	23,5%	38,0%
Diferencias culturales	29,3%	22,3%	14,0%	27,7%
Procedimientos administrativos	12,3%	29,7%	31,8%	10,3%
Idioma	18,3%	21,0%	14,4%	11,3%
Acceso a servicios	14,3%	12,3%	8,3%	17,7%
Otros	1,7%	0,7%	1,9%	4,0%
Ninguna en particular	17,7%	16,7%	22,7%	23,3%

Los mercados laborales y de la vivienda en España se señalan como los más difíciles de sortear para la población migrante. Por otra parte, el clima es el principal factor disuasorio en el Reino Unido, mientras que los trámites administrativos representan el mayor obstáculo para quienes residen en Francia. Tanto Estados Unidos como el Reino Unido registran niveles elevados de choque cultural, aunque este constituye la barrera principal en el caso de Estados Unidos.

Motores de la adaptación

Por fortuna, no todo son dificultades. La integración de los migrantes también puede verse impulsada por diversos factores favorables, como el idioma común o contar con una red de apoyo. A continuación, se presenta un desglose de los elementos determinantes que se han identificado.

Principales motores de la adaptación (total)

Motor	Total (%)	Motor	Total (%)
Dominio del idioma	40,5%	Red social en el país de destino	19,3%
Apoyo de familiares o amigos	36,4%	Facilidad en los procedimientos administrativos	16,5%
Empleo/acceso a oportunidades laborales	35,1%	Acceso a la vivienda	14,9%
Acceso a servicios (atención sanitaria, educación, etc.)	26,2%	Apoyo de organizaciones	14,4%
Actitud de la sociedad de acogida	24,8%	Ninguna en particular	9,5%
Afinidad cultural	20,7%	Otros	0,9%

Ser capaz de hablar el idioma del país de acogida es el factor que más contribuye a una integración exitosa. Esto es especialmente evidente en el caso de los migrantes de primera generación, como se observa en la siguiente tabla.

Motores según el perfil migratorio

Motor	Primera gen. (%)	Segunda gen. (%)	Diferencia (p. p.)
Dominio del idioma	45,1%	34,6%	+10,5
Apoyo de familiares o amigos	41,0%	30,7%	+10,3
Empleo/oportunidades laborales	39,6%	29,5%	+10,1
Acceso a servicios	31,1%	19,9%	+11,2
Actitud de la sociedad de acogida	27,8%	21,1%	+6,7
Afinidad cultural	23,0%	17,8%	+5,2
Red social en el destino	20,1%	18,4%	+1,7
Procedimientos administrativos	18,4%	14,1%	+4,3
Acceso a la vivienda	17,2%	12,1%	+5,1
Apoyo de organizaciones	14,6%	14,3%	+0,3
Ninguna en particular	7,2%	12,5%	-5,3
Otros	0,6%	1,4%	-0,8

En este gráfico se destaca una diferencia sustancial entre generaciones, especialmente en lo que respecta a la necesidad de contar con una red de apoyo, donde el porcentaje desciende más de 10 puntos de una generación a otra. También se observan descensos en el idioma y el empleo; los migrantes de segunda generación manifiestan, en líneas generales, una menor dependencia de estos motores de adaptación en comparación con las acusadas necesidades de idioma, empleo y apoyo de sus progenitores.



La región de origen también determina las necesidades del colectivo migrante para lograr una integración adecuada, tal como se muestra en la tabla de abajo.

Motores por región de origen

Motor	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Dominio del idioma	44,7%	39,3%	34,0%	42,4%	40,4%	52,2%
Apoyo de familiares o amigos	31,5%	39,0%	35,0%	39,1%	49,1%	37,0%
Empleo/oportunidades laborales	33,4%	33,5%	34,4%	36,4%	43,9%	45,7%
Acceso a servicios	21,9%	28,7%	25,2%	30,4%	22,8%	34,8%
Actitud de la sociedad de acogida	20,9%	23,5%	23,5%	33,7%	24,6%	32,6%
Afinidad cultural	25,4%	18,4%	20,1%	12,0%	29,8%	30,4%
Red social en el destino	15,8%	25,7%	15,6%	23,4%	14,0%	19,6%
Procedimientos administrativos	15,1%	20,2%	16,0%	13,6%	19,3%	15,2%
Acceso a la vivienda	12,9%	18,4%	13,6%	14,1%	17,5%	17,4%
Apoyo de organizaciones	14,8%	22,4%	8,8%	11,4%	10,5%	17,4%
Ninguna en particular	6,1%	8,5%	15,6%	8,2%	10,5%	4,3%
Otros	0,6%	0,7%	1,4%	1,1%	—	2,2%

Según los datos, en Asia se prioriza la forma en que los trata la sociedad de acogida, así como el acceso a los servicios. El idioma es un factor impulsor universal, pero es el más débil para Europa. Los encuestados del Caribe presentan una fuerte dependencia social, situando los sistemas de apoyo como su principal motor. África presenta el perfil más equilibrado, destacando tanto las redes sociales en el país de acogida como el apoyo de las organizaciones.

Se observan diferencias similares en los países de acogida, independientemente de la generación o el origen.

Motores por país de residencia

Motor	Estados Unidos	España	Francia	Reino Unido
Dominio del idioma	37,3%	44,3%	43,2%	37,3%
Apoyo de familiares o amigos	39,0%	38,3%	30,7%	37,0%
Empleo/oportunidades laborales	37,3%	37,7%	24,6%	39,7%
Acceso a servicios	21,3%	31,3%	21,6%	30,0%
Actitud de la sociedad de acogida	27,0%	26,3%	14,4%	30,3%
Afinidad cultural	18,3%	29,0%	15,9%	19,0%
Red social en el destino	19,3%	16,3%	20,5%	21,3%
Procedimientos administrativos	13,3%	19,3%	16,3%	17,0%
Acceso a la vivienda	14,0%	15,0%	14,0%	16,7%
Apoyo de organizaciones	15,0%	13,0%	15,2%	14,7%
Ninguna en particular	7,0%	6,3%	13,3%	12,0%
Otros	1,0%	0,3%	0,8%	1,7%

La tabla anterior se muestra que el empleo es el factor con mayor impacto en el Reino Unido, mientras que conocer el idioma es lo que más puertas abre en Francia y España. En cambio, la red de apoyo de su país de origen es el motor principal para los migrantes en Estados Unidos. Al mismo tiempo, la afinidad cultural es la que recibe la valoración más alta en España, donde la familiaridad de las dinámicas ayuda a fomentar la integración.

Integración percibida

Más allá de las barreras y los motores, también preguntamos a los encuestados cómo valorarían su nivel de integración. En todos los perfiles, la mayoría de los participantes considera que se ha integrado de manera eficaz.

Integración autopercebida (por perfil)

Segmento	Muy integrado	Intermedio	Baja integración
Total	84,8%	10,1%	5,1%
Primera generación	81,0%	13,0%	6,0%
Segunda generación	89,8%	6,3%	3,9%

Dicho esto, la percepción de la integración está más firmemente asentada entre los migrantes de segunda generación, con un sentimiento de pertenencia cercano al 90%.

En lo que respecta a la región de origen, los latinoamericanos y los europeos presentan el mayor sentimiento de integración exitosa. Por otra parte, en Asia y el Caribe manifiestan enfrentarse a mayores desafíos.

Integración alta por región de origen

Región	% muy integrado
LATAM	88,1%
Europa	87,8%
África	85,7%
Asia	76,1%
Caribe	67,4%

En la siguiente sección, compararemos estas percepciones con los indicadores reales de adaptación.



Resultados de la adaptación

A lo largo de este estudio, los encuestados han compartido su satisfacción percibida en función de lo que han podido lograr como migrantes en un país extranjero. Sin embargo, estas respuestas suelen basarse en la capacidad del individuo para conseguir un empleo, asegurarse un lugar donde vivir y la estabilidad financiera necesaria para enviar dinero de vuelta a su hogar. Con todo, falta un indicador crucial de la adaptación, y es la capacidad del migrante para integrarse en los círculos sociales del país de acogida.

En la siguiente tabla se muestra que la mayoría de los migrantes encuestados han sido capaces de crear grupos relacionales mixtos con personas tanto del país de acogida como del de origen.

Composición de las redes sociales

Segmento	Solo origen	Mixto	País de acogida principalmente
Total	15,7%	61,2%	23,1%
España	11,7%	57,0%	31,3%
Francia	15,5%	59,1%	25,4%
Reino Unido	10,7%	68,3%	21,0%
Estados Unidos	25,0%	60,0%	15,0%

Podemos observar que los migrantes en España tienen más facilidad para conectar con el país de acogida, mientras que aquellos en los Estados Unidos muestran una mayor tendencia a cerrarse en sus comunidades de origen.

En general, los migrantes en Europa lideran en cuanto a la formación de círculos mixtos, pero el grueso de este porcentaje corresponde a los europeos del este en España. En el siguiente gráfico se muestra un desglose más detallado.

Composición de la red social por región de origen

Región	Solo origen	Mixto	País de acogida principalmente
Total	15,7%	61,2%	23,1%
LATAM	22,8%	55,3%	21,9%
África	12,9%	71,3%	15,8%
Europa	9,5%	54,4%	36,1%
Asia	17,4%	66,3%	16,3%
Caribe	19,3%	68,4%	12,3%
Otros	13,0%	54,3%	32,6%

En América Latina se muestra una mayor inclinación a socializar con personas de su mismo entorno, seguida por el Caribe y Asia. Esto puede reflejar la solidez de las redes comunitarias en los países de destino, que a menudo funcionan como sistemas de apoyo a la llegada. Por el contrario, los migrantes africanos logran una mayor integración a través de grupos mixtos, lo que sugiere una capacidad para integrarse al tiempo que conservan fuertes vínculos con sus comunidades de origen.

Conclusión

No existe un enfoque único para integrarse en una nueva sociedad. Si bien existen factores impulsores y disuasorios clave que se aplican a todos los viajes migratorios, estos se manifestarán en mayor o menor medida según el contexto del individuo. En todos los contextos, la fluidez lingüística y los sistemas de apoyo integrados son los indicadores más claros de éxito para conseguir empleo, vivienda y un bienestar general en el extranjero.





Identidad y pertenencia

Identidad y pertenencia

La migración es un viaje que no termina a la llegada. Como hemos visto, los migrantes pueden alcanzar cierto nivel de éxito financiero y de inclusión social, pero ¿equivale eso a la pertenencia? Nuestro estudio reveló que el sentimiento de hogar está dividido entre el país de origen y el país de acogida, surgiendo un doble sentido de pertenencia como la postura más común entre los encuestados.



Cada [hijo] ha absorbido cosas de su cultura, de su país, pero en el fondo llevan la nuestra, la sangre latina. Eso no se pierde nunca

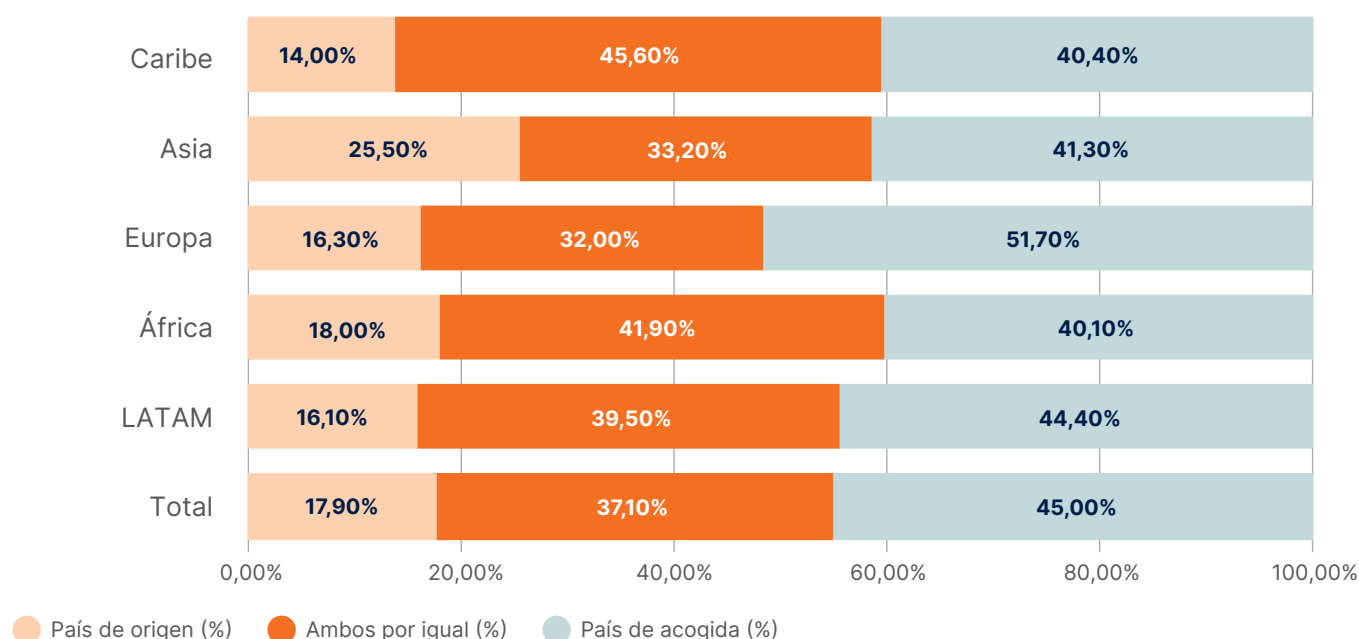
— Dora Restrepo, exagente de Ria⁷



Sentimiento de pertenencia

Los migrantes europeos destacan como los más arraigados en sus países de acogida, con un 52% que considera plenamente su país actual como su hogar, casi siete puntos porcentuales por encima de la media general.

Sentimiento de pertenencia por región de origen

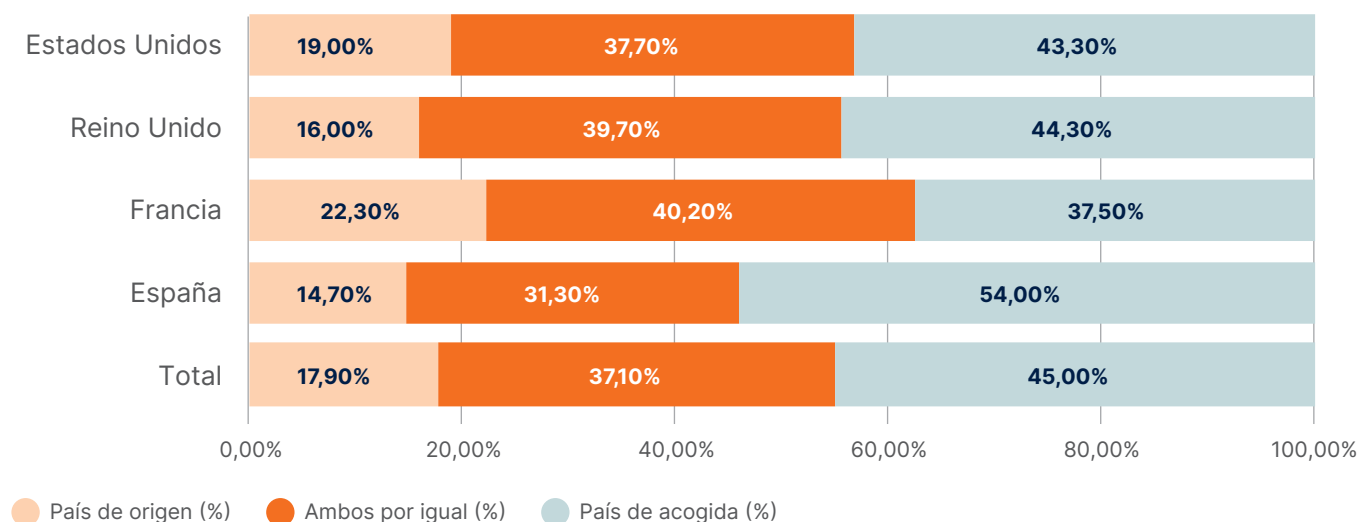


Por el contrario, el 25% de los encuestados asiáticos todavía siente que su hogar se encuentra principalmente en su país de origen, mientras que los encuestados del Caribe se sienten más cómodos con una identidad dual. En las demás regiones de origen, el sentimiento está distribuido de manera más uniforme.

⁷Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a los Cerqueras». Blog de Ria.
<https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-dora-joaquin-cerquera/>

El país de acogida también influye en la percepción de pertenencia de los encuestados, siendo España el país donde los migrantes se sienten más arraigados. Este resultado refleja el del capítulo anterior, donde España ocupó el puesto más alto en cuanto a amistades en el país de acogida.

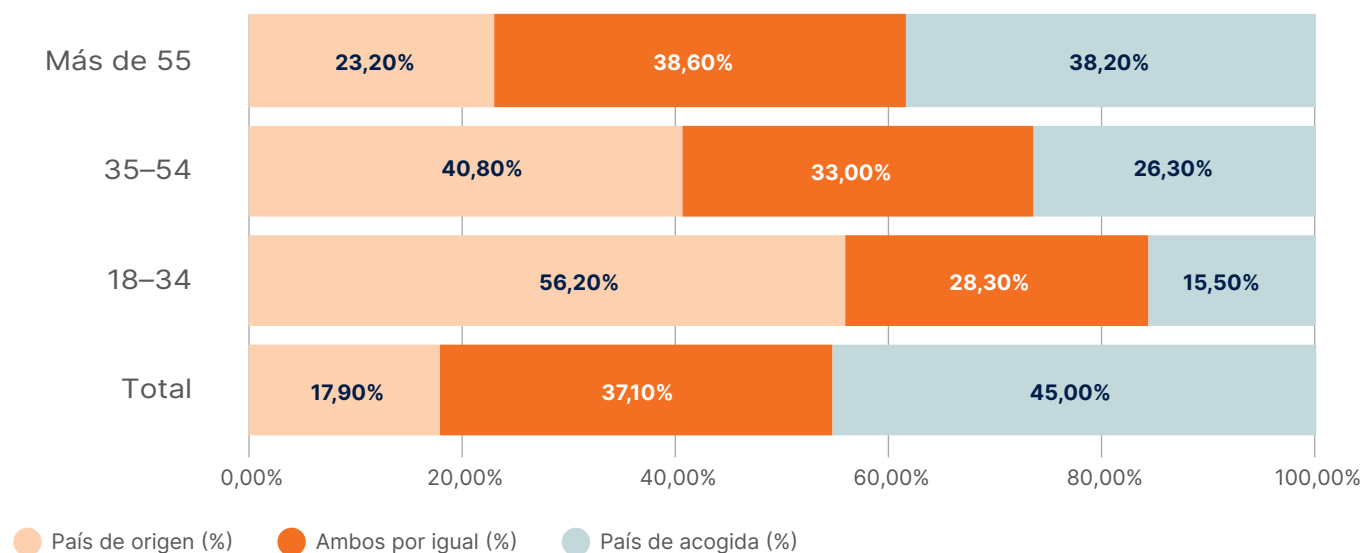
Sentimiento de pertenencia por país de residencia



Nuestros hallazgos también muestran que los encuestados en Francia tienen el menor sentido de apego, a pesar de que las respuestas fueron equilibradas en lo que respecta a las redes sociales (el 84,5% afirmó tener amigos del país de acogida). Sin embargo, Francia ocupó el puesto más bajo en cuanto al impacto autopercebido de la migración en la calidad de vida (63,7%), lo que sugiere que podría existir una correlación entre el éxito y la pertenencia.

El sentimiento de hogar también sigue un claro gradiente generacional: los migrantes más jóvenes mantienen una fuerte conexión emocional con su país de origen, mientras que los de más edad tienen más probabilidades de identificar su hogar con el país de acogida.

Sentimiento de pertenencia por edad

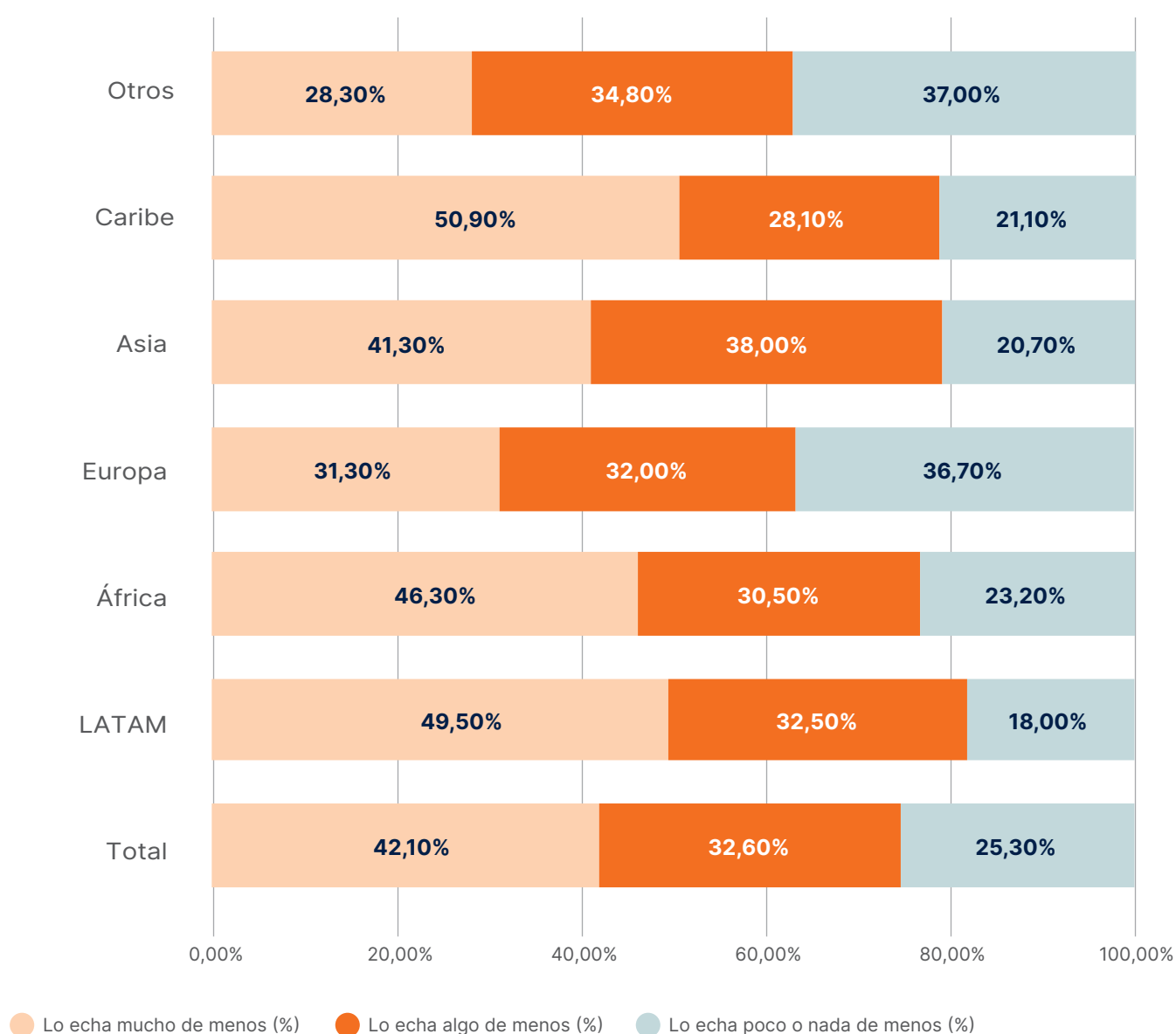


Teniendo en cuenta que más del 80% de los encuestados de más de 55 años llevan viviendo en su país de acogida más de dos décadas, estos datos sugerirían que la pertenencia se desplaza del país de origen al país de acogida cuanto más tiempo se vive en el extranjero.

Nostalgia por el país de origen

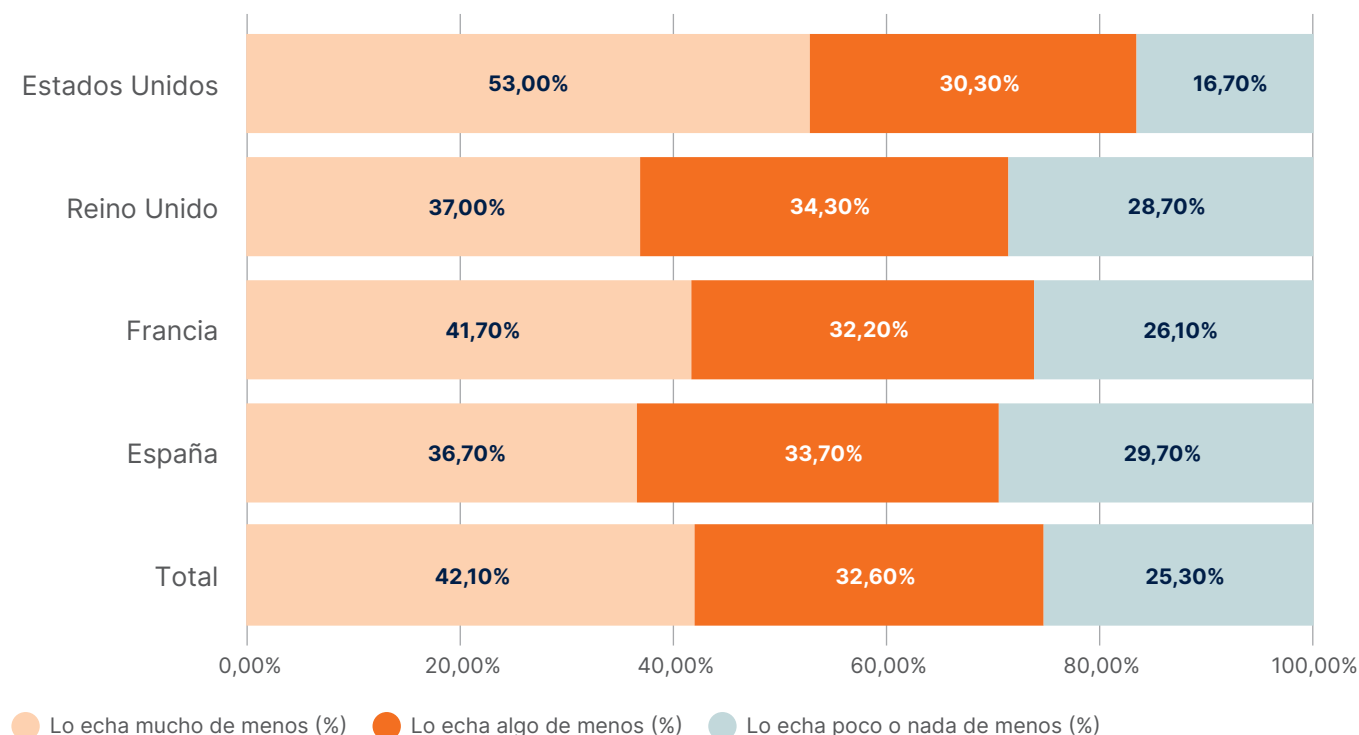
Aunque la identidad y la pertenencia puedan evolucionar, la mayoría de los encuestados siguen echando de menos su país de origen. De hecho, más de cuatro de cada diez migrantes afirman echar de menos su país de origen muchísimo o bastante, en particular entre los procedentes de América Latina y el Caribe y los que residen en los Estados Unidos.

Nostalgia por el país de origen por región



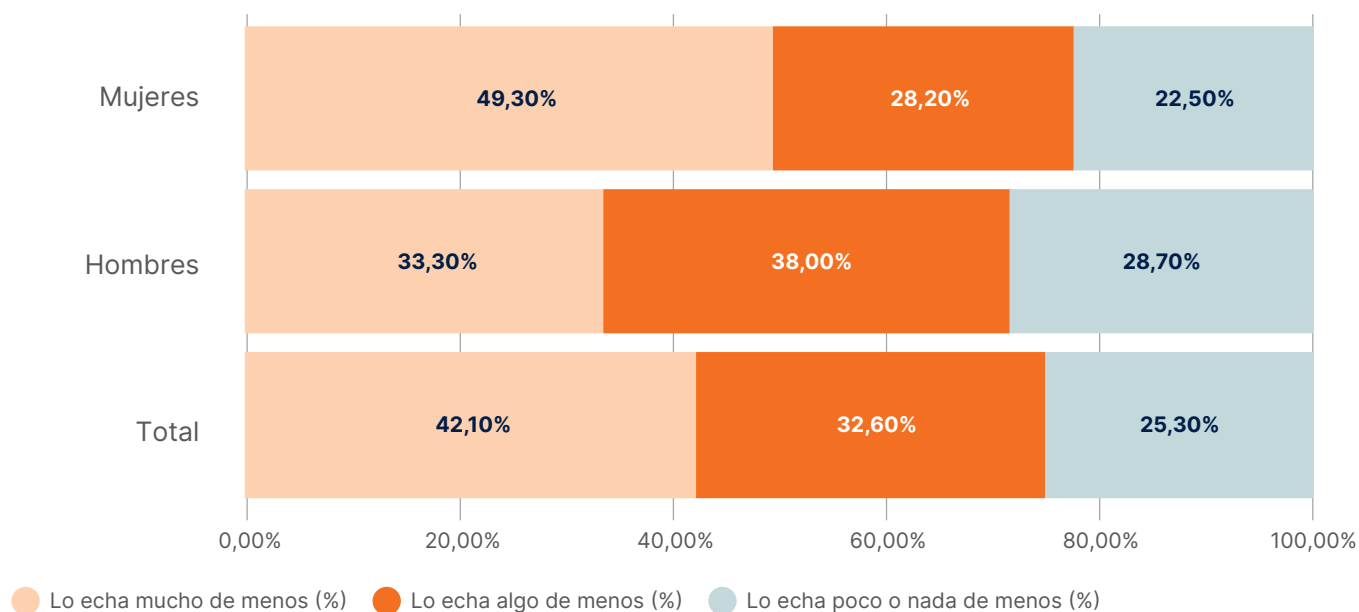
Los encuestados europeos parecen llevar mejor el estar lejos de sus países de origen, ya que casi un 37% que afirma echarlo de menos poco o nada. Una vez más, España lidera los indicadores de pertenencia, con estos encuestados registrando el porcentaje combinado más bajo de «Lo echa mucho de menos» y «Lo echa algo de menos».

Nostalgia por el país de origen por país de residencia



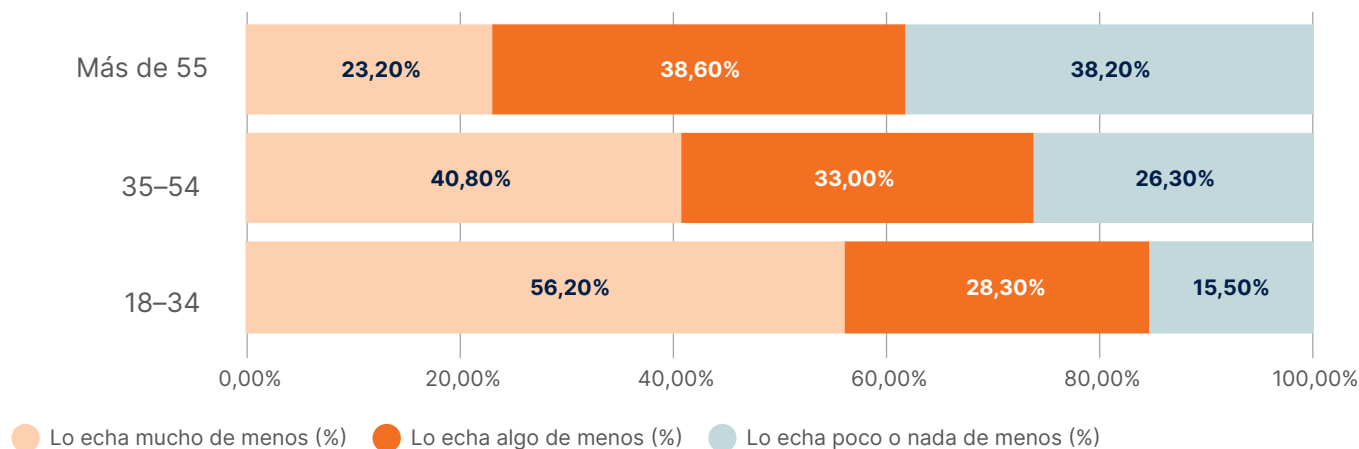
Las mujeres y los migrantes más jóvenes experimentan sentimientos de nostalgia más intensos por su país de origen en comparación con los hombres y los migrantes de más edad. Los resultados sugieren que el grado de nostalgia está estrechamente vinculado tanto al género como a la edad.

Nostalgia por el país de origen por género



Este patrón es coherente con el hecho de que las mujeres y los migrantes más jóvenes tienden a haber pasado menos tiempo en el país de acogida, lo que puede contribuir a mayores niveles de añoranza por su país de origen.

Nostalgia por el país de origen por edad

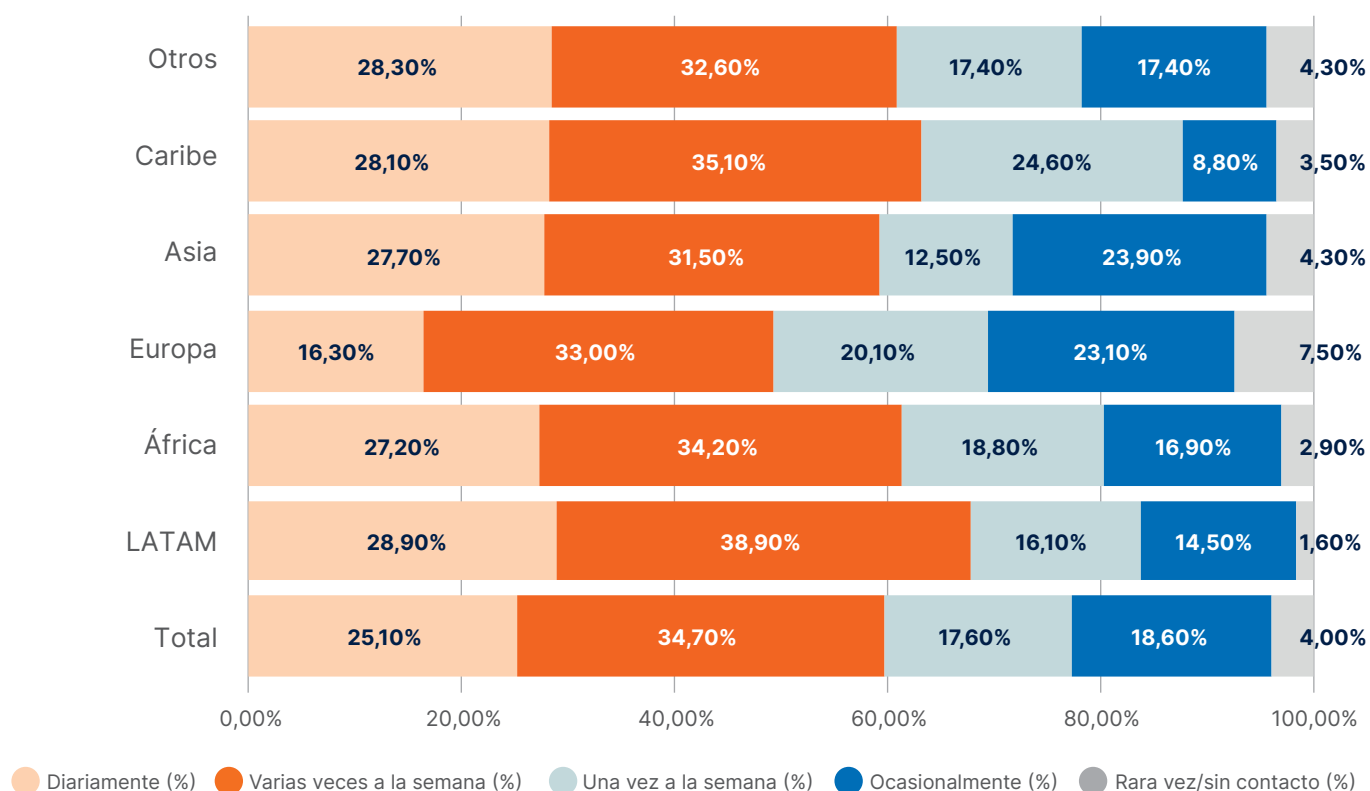


Este apego emocional se refleja en el comportamiento, como veremos en la siguiente sección.

Mantener el contacto con el hogar

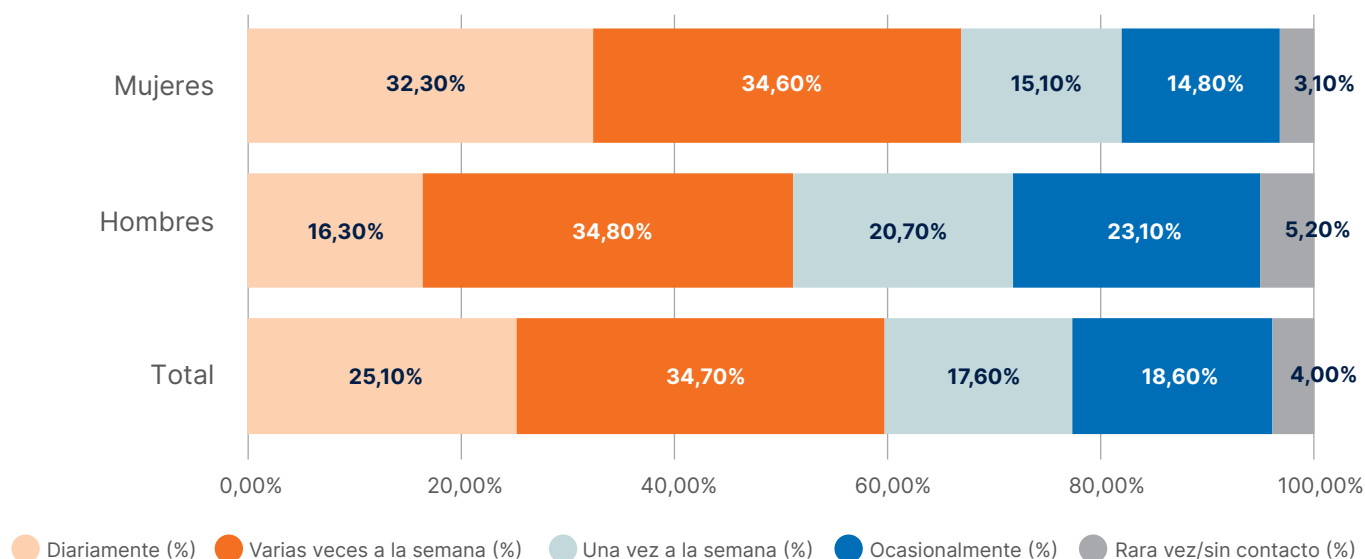
En nuestro estudio también se midió la frecuencia del contacto con el país de origen para determinar correlaciones entre la periodicidad del contacto y la pertenencia. A través de este ejercicio, descubrimos que los migrantes de Europa mantienen un contacto menos frecuente con familiares y amigos en su país de origen, mientras que la mayoría de los migrantes latinoamericanos hablan con sus seres queridos en casa varias veces a la semana.

Frecuencia de contacto con el país de origen por región



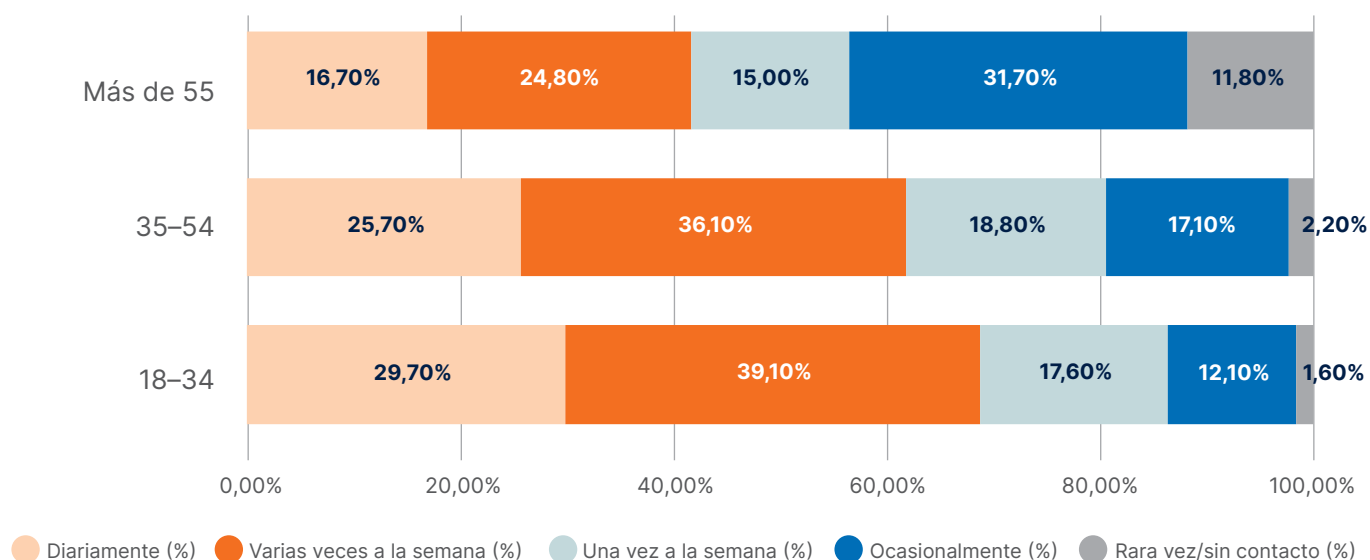
La edad y el género también son factores determinantes; las mujeres mantienen un contacto más frecuente con familiares y amigos de su país de origen en comparación con los hombres.

Frecuencia de contacto con el país de origen por género



En consonancia con los hallazgos sobre la nostalgia y la pertenencia, los migrantes más jóvenes también priorizan mantener el contacto con sus familiares y amigos con mayor frecuencia que los encuestados de mayor edad.

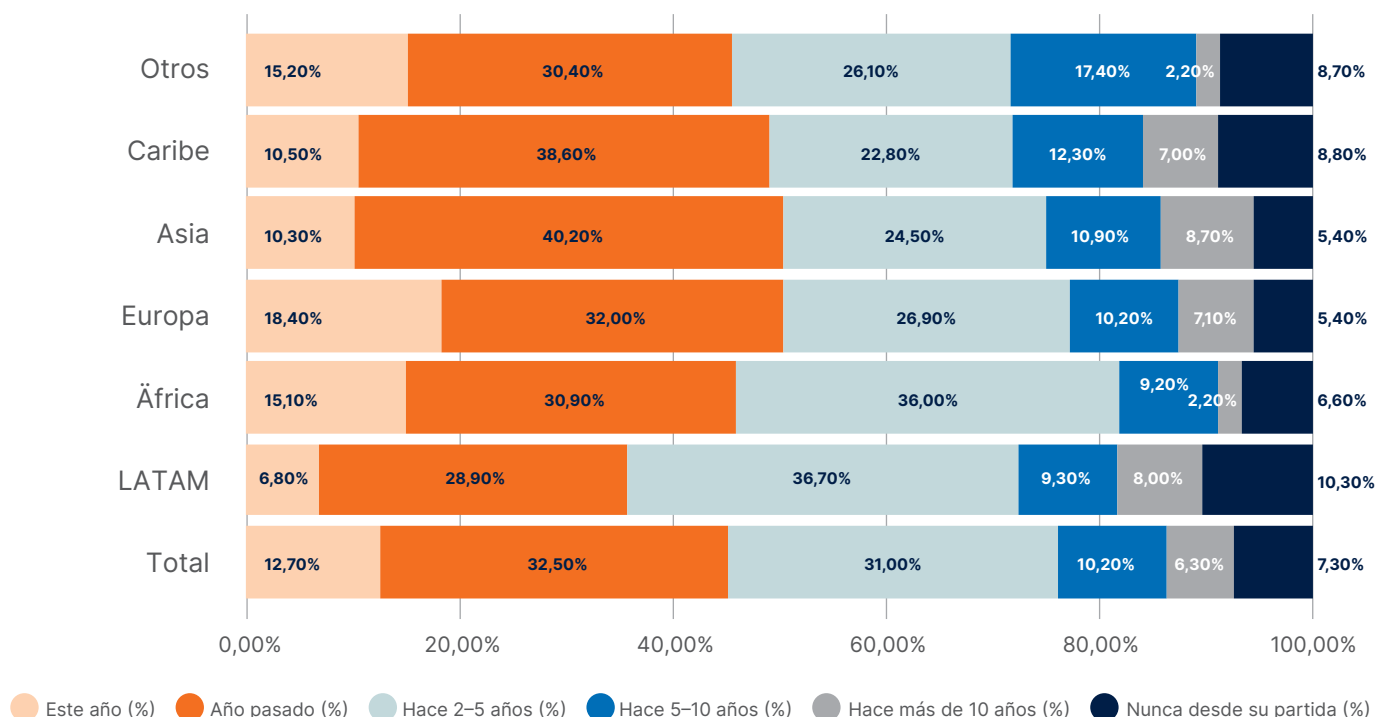
Frecuencia de contacto con el país de origen por edad



El regreso físico al país de origen también sigue siendo común. Alrededor de cuatro de cada diez migrantes lo visitaron durante el último año, destacando los europeos y asiáticos como los más activos en cuanto a visitas recientes.

La mayoría de los encuestados que nunca han regresado a su país de origen, o que no lo han hecho en los últimos cinco años o más, proceden de América Latina. Este grupo también registró altos niveles de pertenencia asociados a su país de acogida o mixtos (84,5%), lo que significa que menos de dos de cada diez se identifican únicamente con su país de origen.

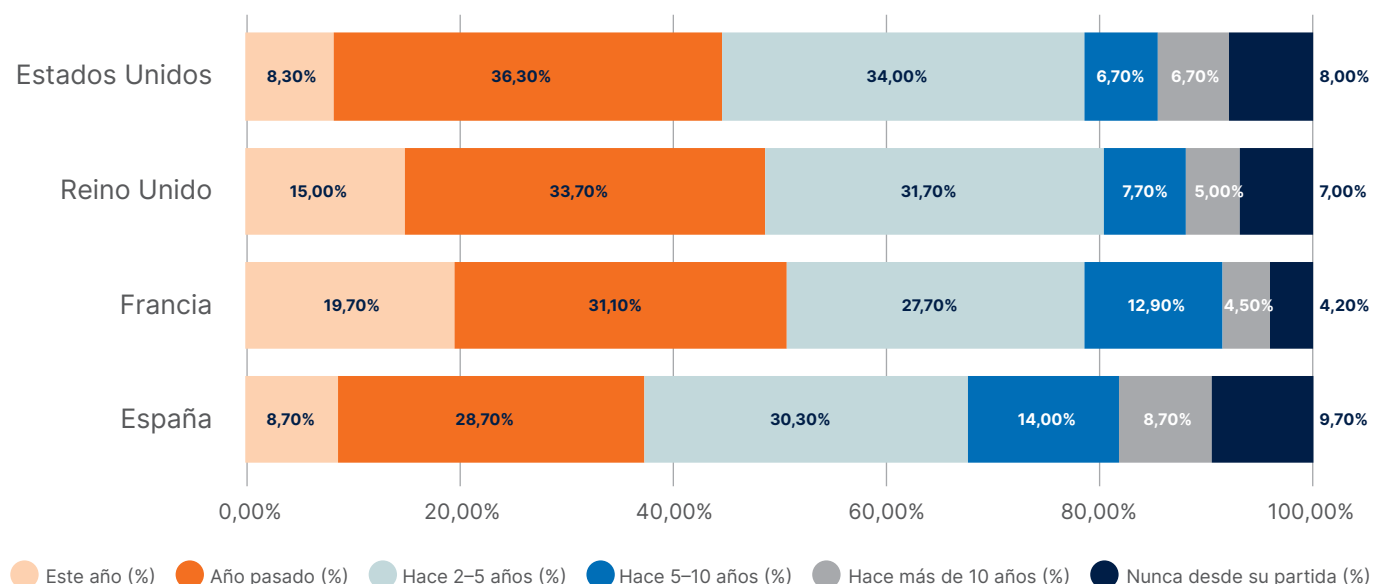
Frecuencia de visitas al país de origen por regiones



Es importante señalar, sin embargo, que los encuestados latinoamericanos también identificaron la «situación política» y la «persecución y discriminación» como factores impulsores de la migración en mayor medida que cualquier otro grupo, factores que podrían impedir un viaje seguro o recomendado a su país de origen y afectar a su sentimiento de pertenencia a este. Solo el 16,3% de los encuestados procedentes de Latinoamérica se identificaba exclusivamente con su lugar de nacimiento.

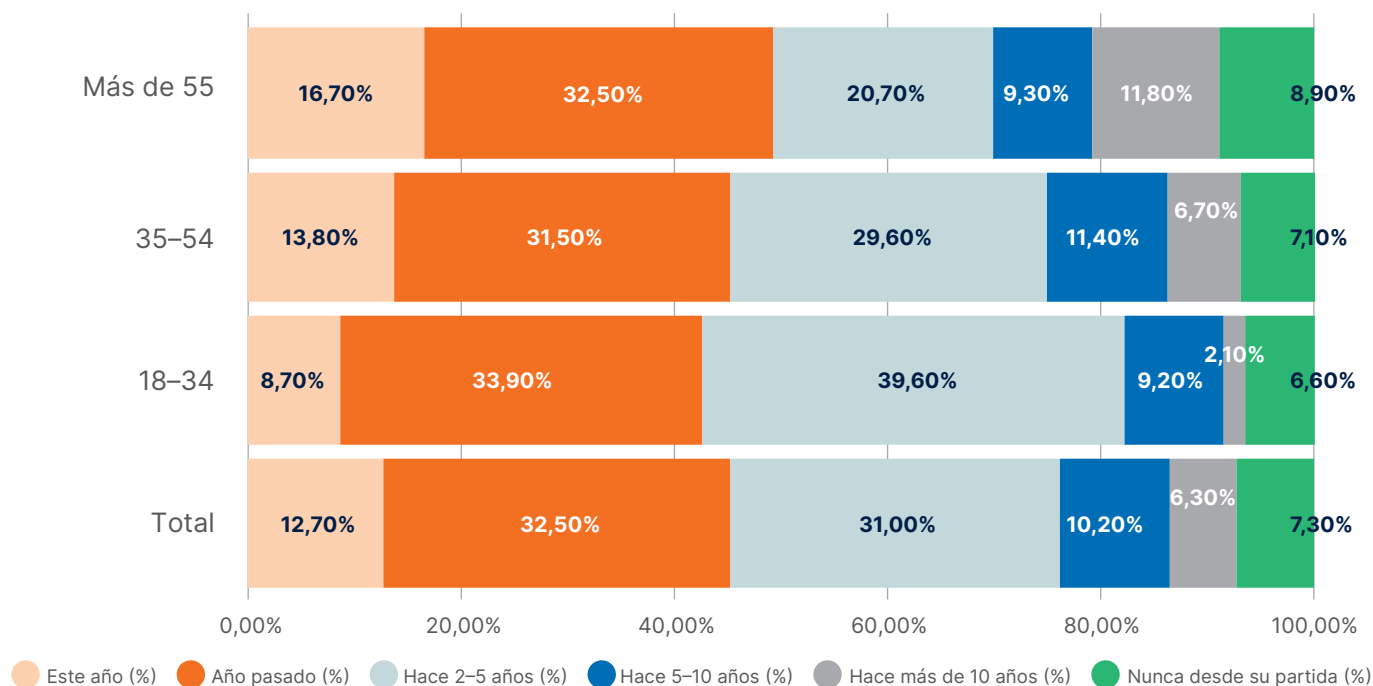
Analizar estos datos desde la perspectiva del país de acogida también revela algunos hallazgos interesantes. Francia lidera, ya que el 51% de los encuestados que residen allí afirma haber visitado su país de origen en el último año. Esto podría sugerir que ese menor sentimiento de pertenencia responde también a un acceso más directo al país de origen.

Frecuencia de visitas al país de origen por país de acogida



Si clasificamos los datos por edad, vemos que el regreso físico tiende a disminuir con la edad, lo que también se vincularía con el cambio observado hacia la forja de una identidad en el país de acogida. Sin embargo, las visitas recientes se mantienen relativamente estables entre los grupos, ya que casi ocho de cada diez migrantes lo han visitado en los últimos cinco años.

Frecuencia de visitas al país de origen por edad



Aunque los migrantes de mayor edad son los más propensos a afirmar haber visitado su país de origen en el último año, también son quienes tienden a pasar periodos más largos sin regresar. Casi dos de cada diez manifiestan no haber vuelto en más de diez años o, directamente, no haber visitado nunca desde su llegada al país de acogida. Por el contrario, el 82,2% de los migrantes de entre 18 y 34 años ha visitado su país de origen en los últimos cinco años, lo que va en consonancia con el 84,1% de los encuestados de este grupo que se identifican con su país de origen o con ambos por igual.

Existe una correlación entre el contacto, las visitas y el sentimiento de pertenencia, aunque no se sabe con certeza si ese menor arraigo se deriva de un menor contacto o de si la distancia va transformando de forma natural la identidad hacia el país de acogida. Aun así, la pregunta sigue en el aire: ¿se traduce esto en el comportamiento?

Promesas de regreso

Como hemos visto, la identidad y la pertenencia cambian con el tiempo y son susceptibles a múltiples factores como el tiempo, el origen y la ubicación. También hemos tratado cómo la mayoría de los migrantes abandonan sus países de origen para alcanzar metas específicas, ya sea mejorar su economía, encontrar oportunidades laborales o cursar estudios superiores. Pero, ¿qué ocurre cuando se cumplen estos objetivos?

Aunque cuatro de cada diez migrantes expresan su intención de regresar, esto no implica necesariamente un traslado permanente. Al profundizar en el tema, la mayoría interpreta el «regreso» como visitas periódicas o un estilo de vida repartido entre dos países.

Probabilidad de regresar al país de origen

Segmento	Regresará (%)	No está seguro (%)	No regresará (%)
Total (n=1,164)	41,7%	27,7%	30,6%

Las mujeres demuestran una intención más firme de regresar, mientras que una mayor proporción de los hombres encuestados se lo están planteando. En general, el desglose es muy similar al de la nostalgia por el país de origen por género.

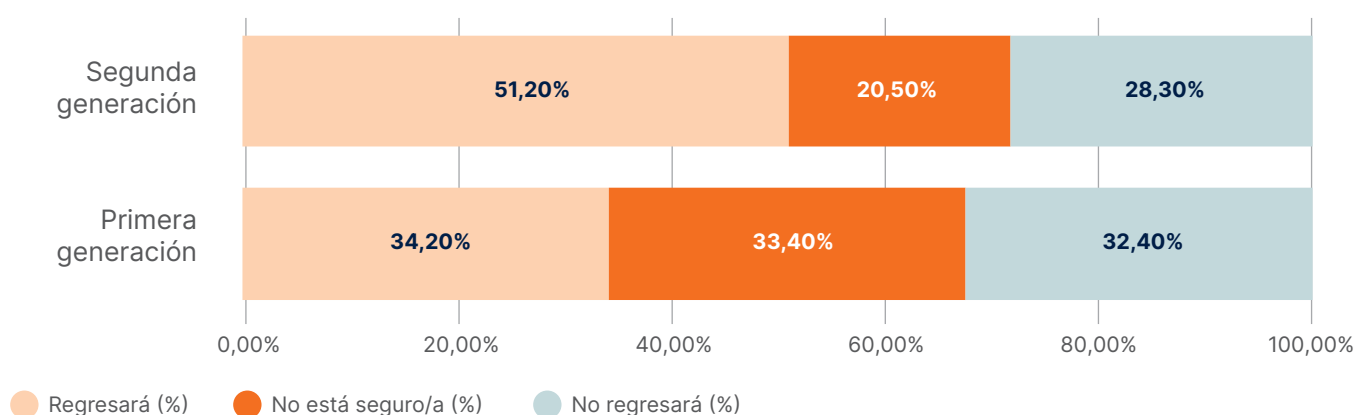
Probabilidad de regresar al país de origen (por perfil)

Dimensión	Segmento	Regresará (%)	No está seguro/a (%)	No regresará (%)
Género	Mujeres	45,6%	24,8%	29,6%
	Hombres	36,9%	31,4%	31,7%
Edad	18-34	57,2%	26,8%	16,0%
	35-54	38,4%	27,9%	33,7%
	55+	24,8%	28,9%	46,3%

Al observar a los migrantes por edad, los más jóvenes tienen una intención más concreta de regresar a su país de origen, aunque los datos anteriores sugieren que este deseo podría disminuir con los años.

Otro hallazgo interesante es que los migrantes de segunda generación demuestran una mayor intención de regresar que los de primera generación, lo que sugiere que el deseo de reconectar con las propias raíces no disminuye de una generación a otra.

Deseo de regresar al país de origen por generación



Al comparar el sentimiento de pertenencia, las intenciones y el comportamiento real entre generaciones, se observa un panorama mucho más matizado.

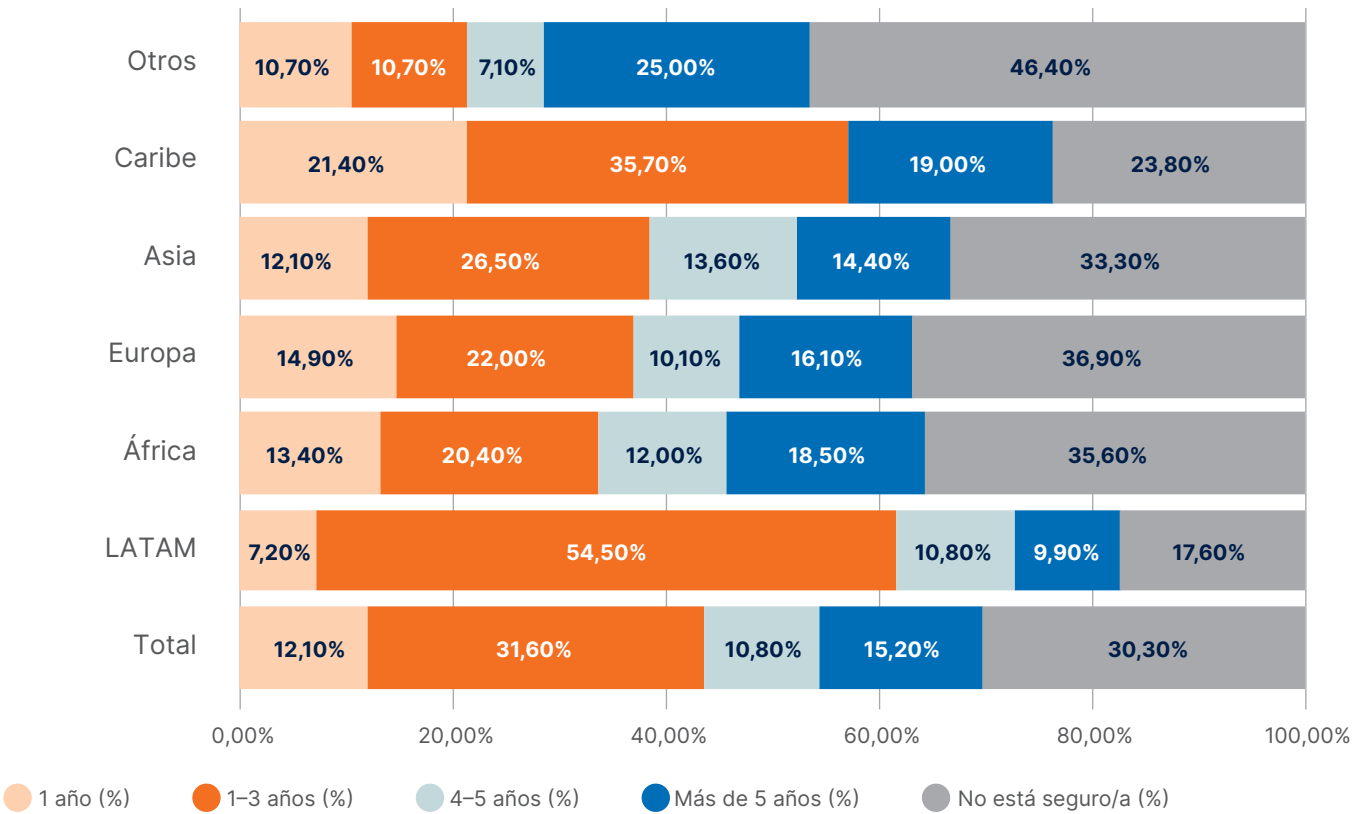
Pertenencia, intención de regresar y visitas (por generación)

Segmento	% Se siente como en casa (país de acogida)	% Piensa regresar	% Lo visitó este año
Total	45,0%	41,7%	12,7%
Primera generación	42,6%	34,2%	15,0%
Segunda generación	48,0%	51,2%	9,8%

Los migrantes de segunda generación presentan una doble dinámica: se sienten más en casa en su país de acogida, al tiempo que expresan una mayor intención de regresar. Por el contrario, los migrantes de primera generación mantienen vínculos físicos más estrechos a través de las visitas, a pesar de manifestar una menor intención de volver.

Independientemente de la edad, la generación o el género, casi un tercio de los encuestados considera el regreso como una posibilidad abierta, si bien la región de origen revela diferencias mucho más claras.

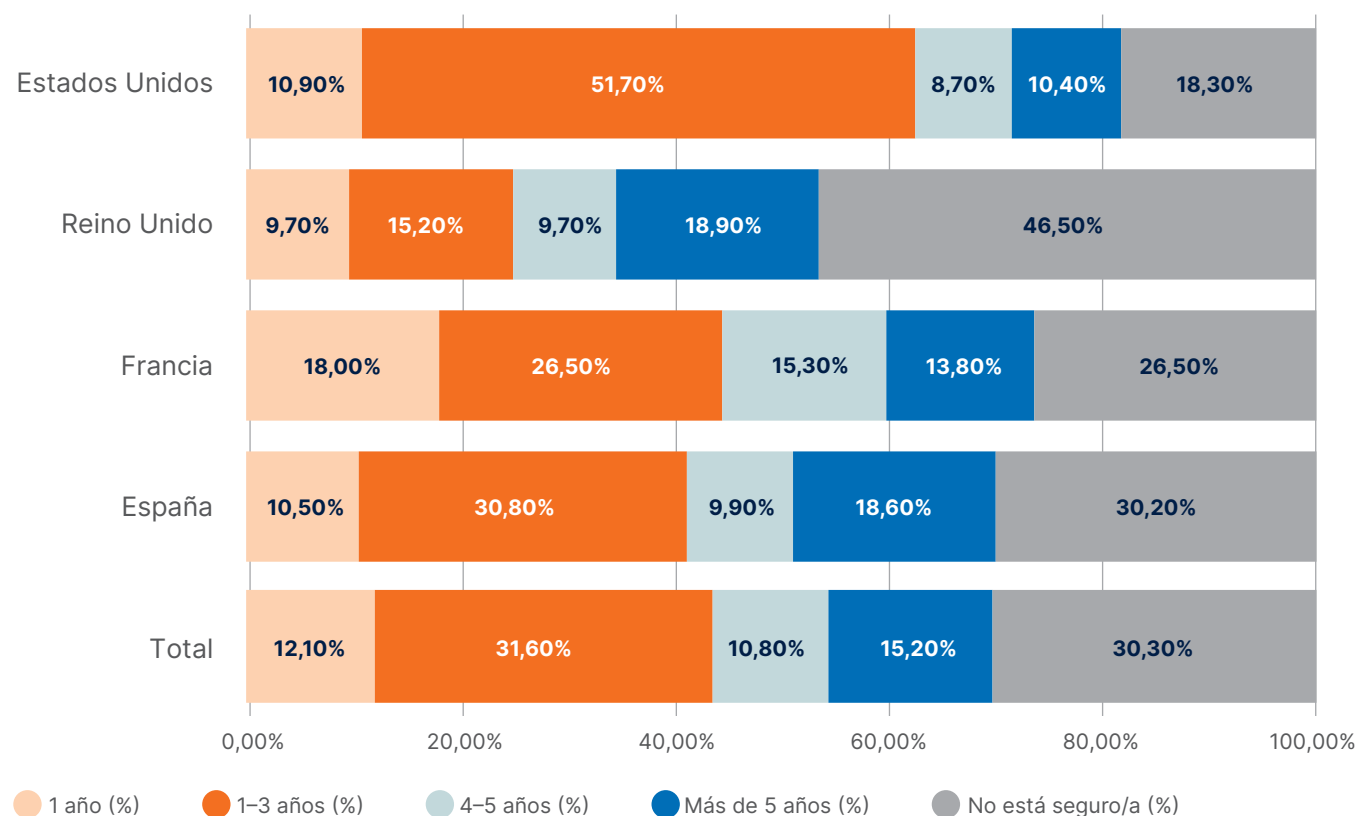
Plazo de regreso por región de origen



Más de la mitad de los migrantes de América Latina y el Caribe tienen previsto regresar a su país de origen en los próximos tres años, a pesar de sentirse menos identificados con sus países de origen.

Entre quienes residen en Estados Unidos, el 52% prevé volver en un plazo de uno a tres años; por el contrario, en el Reino Unido la tendencia se invierte, ya que un 47% no sabe con certeza cuándo regresará.

Plazo de regreso por país de acogida



El plazo previsto para el regreso tiende a ser más corto entre las mujeres, los migrantes de segunda generación y las personas más jóvenes.

Plazo de regreso por generación, género y edad

Dimensión	Segmento	% Espera regresar en menos de 3 años
Género	Mujeres	48,11%
	Hombres	37,2%
Generación	Segunda generación	56,1%
	Primera generación	33,4%
Edad	18-34	53,7%
	35-54	36,2%
	Más de 55	39,4%

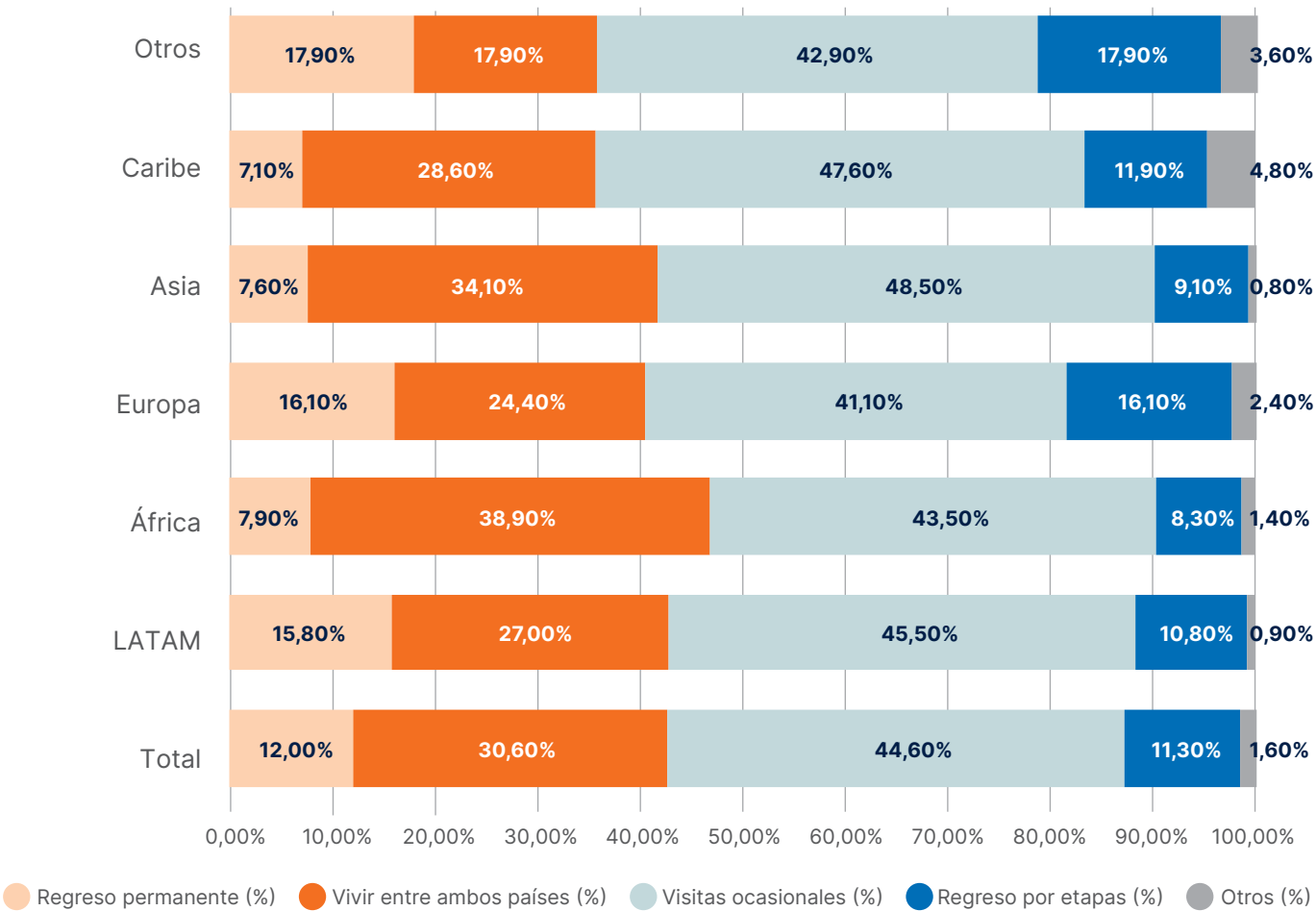
Sin embargo, al preguntarles qué significaba el regreso para ellos, muchos lo entendían como visitas ocasionales o un estilo de vida repartido entre ambos países. Aun así, el 23,3% prevé un traslado permanente, aunque se realice de forma escalonada.

Definición de regreso

Tipo de regreso	%	Tipo de regreso	%
Regreso permanente	12,0%	Regreso gradual (por etapas)	11,3%
Vivir entre ambos países	30,6%	Otros	1,6%
Visitas ocasionales	44,6%		

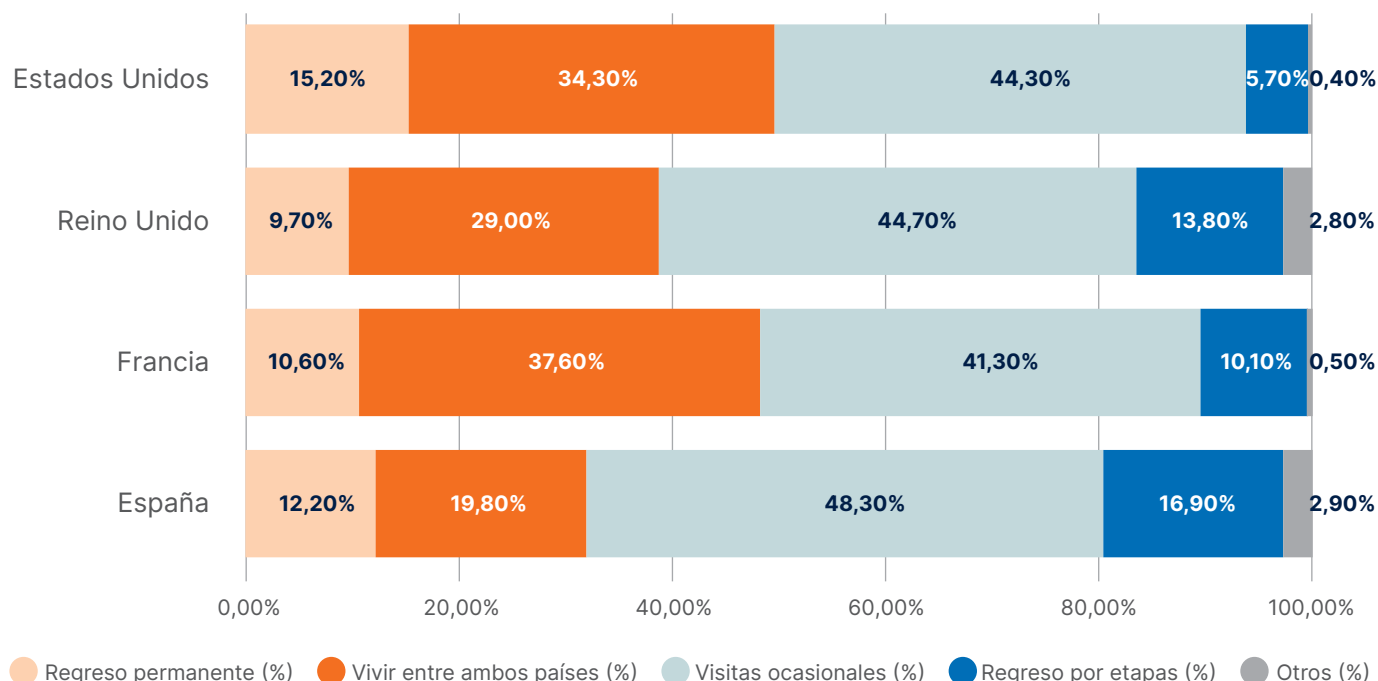
Por regiones, se observa una mayor determinación a regresar entre los encuestados europeos (16,10%) y latinoamericanos (15,80%), así como una preferencia por vivir entre varios países en el caso de los participantes africanos (38,90%) y asiáticos (34,10%).

Tipo de regreso por regiones



En lo que respecta al país de acogida, quienes residen en Estados Unidos están más decididos a regresar (15,20%), mientras que quienes se encuentran en España son más propensos a quedarse (48,30%).

Tipo de regreso por país de acogida



En general, observamos que la promesa de regreso suele ser más una idea abstracta que un reflejo fiel de la pertenencia o de una acción.

Conclusiones

Tanto la pertenencia como la identidad cambian constantemente y son muy susceptibles a los factores externos. Cuanto más tiempo pasa un migrante en su país de acogida, más se debilitan sus vínculos con su país de origen. Sin embargo, el sueño de regresar permanece latente, aunque solo sirva para un propósito simbólico, especialmente entre los migrantes de segunda generación, que pueden ver el hogar de sus antepasados como una promesa pendiente.

A surreal illustration of a man's head in profile, facing right. The interior of the head is a detailed, miniature town with a large cathedral on a hill, surrounded by houses and trees. The town is set against a backdrop of large, billowing clouds. The entire scene is bathed in a warm, orange-gold light. A small figure of a person stands on the man's shoulder, looking out over the landscape. The title 'Cartografía de la nostalgia' is overlaid in white text on a semi-transparent circular background.

Cartografía de la nostalgia

Cartografía de la nostalgia

La idea de hogar, ya sea simbólica o vivida, siempre acompaña al migrante en su viaje. Los referentes culturales, la familia y la crianza están profundamente entrelazados con la identidad del migrante y la de sus descendientes, por lo que resulta esencial analizar la nostalgia como una dimensión central de la identidad y la pertenencia.

Como vimos anteriormente, el 74,7% de los encuestados afirmó añorar su país de origen, aunque las respuestas variaron en intensidad. Se observó que, como era de esperar, la familia es el aspecto del país de origen que más se extraña (26,6%), mientras que el entorno del hogar (13%) y la comida (10,7%) se erigen como otros factores clave de la nostalgia.

Aspectos que más se extrañan del país de origen

Clasificación	Aspecto	Total (%)	Clasificación	Aspecto	Total (%)
1	Familia	26,6%	7	Lugares específicos	6,8%
2	Mi casa/hogar	13,0%	8	Clima	6,1%
3	Comida	10,7%	9	Forma de relacionarse con los demás	6,0%
4	Cultura y tradiciones	8,8%	10	Amigos	4,8%
5	Estilo de vida	7,6%	11	Idioma	2,2%
6	Entorno social/personas	7,0%	12	Otros	0,4%

Si bien la clasificación general se mantiene constante, al analizar los datos por regiones surgen matices más profundos. Por ejemplo, la familia ocupa el primer puesto entre los encuestados africanos (29,5%), mientras que los participantes latinoamericanos destacaron la añoranza de lugares específicos en mayor medida que los de otras regiones (10,6%).

Aspectos que más se extrañan del país de origen (por regiones)

Aspecto	Total (%)	LATAM	África	Europa	Asia	Caribe	Otros
Familia	26,6%	22,9%	29,5%	28,7%	28,5%	13,7%	31,6%
Mi casa/hogar	13,0%	15,4%	10,0%	14,3%	11,6%	11,8%	13,2%
Comida	10,7%	5,8%	11,6%	12,6%	14,0%	17,6%	7,9%
Cultura y tradiciones	8,8%	6,8%	10,4%	8,7%	9,9%	9,8%	7,9%
Estilo de vida	7,6%	7,2%	6,6%	6,5%	8,7%	15,7%	7,9%
Entorno social/personas	7,0%	9,2%	10,4%	4,8%	3,5%	5,9%	7,9%
Lugares específicos	6,8%	10,6%	3,7%	7,4%	4,7%	2,0%	10,5%
Clima	6,1%	5,1%	8,3%	4,8%	4,7%	9,8%	7,9%
Forma de relacionarse con los demás	6,0%	7,9%	4,6%	4,8%	6,4%	7,8%	2,6%
Amigos	4,8%	6,5%	1,7%	4,8%	6,4%	3,9%	2,6%
Idioma	2,2%	1,7%	2,9%	2,2%	1,7%	2,0%	5,3%
Otros	0,4%	0,7%	0,4%	0,4%	—	—	—

El Caribe se desmarca como la única región donde la comida supera a la familia como el aspecto más añorado, lo que destaca una forma de nostalgia con un componente cultural y experiencial más marcado (17,6%). A continuación, se presenta otra perspectiva de este mismo conjunto de datos, clasificado en función de los tres principales motores de la nostalgia.

Los tres aspectos que más se extrañan del país de origen (por regiones)

Región	N.º 1	N.º 2	N.º 3
LATAM	Familia (22,9%)	Hogar (15,4%)	Lugares específicos (10,6%)
África	Familia (20,5%)	Comida (11,6%)	Cultura y tradiciones (10,4%)
Europa	Familia (28,7%)	Hogar (14,3%)	Comida (12,6%)
Asia	Familia (28,5%)	Comida (14,0%)	Hogar (11,6%)
Caribe	Comida (17,6%)	Estilo de vida (15,7%)	Familia (13,7%)

No cabe duda de que el país de residencia también influye en qué aspectos del hogar se echan más de menos. Aunque la importancia de la familia es universal, surgen diferencias en elementos específicos, como la comida en el Reino Unido o el apego a los barrios y lugares en España.

Aspectos que más se extrañan del país de origen por país de acogida

Aspecto	Total (%)	Estados Unidos	España	Francia	Reino Unido
Familia	26,6%	22,9%	27,5%	30,9%	25,7%
Mi casa/hogar	13,0%	11,8%	21,3%	8,7%	9,7%
Comida	10,7%	10,0%	8,1%	9,6%	15,2%
Cultura y tradiciones	8,8%	7,5%	7,8%	9,6%	10,5%
Estilo de vida	7,6%	8,6%	5,0%	7,8%	8,9%
Entorno social/personas	7,0%	8,6%	3,9%	11,7%	4,3%
Lugares específicos	6,8%	7,9%	10,1%	3,9%	5,1%
Clima	6,1%	5,7%	3,5%	7,0%	8,2%
Forma de relacionarse con los demás	6,0%	8,2%	5,0%	3,5%	6,6%
Amigos	4,8%	6,1%	5,0%	3,9%	3,9%
Idioma	2,2%	2,5%	1,9%	2,6%	1,9%
Otros	0,4%	—	0,8%	0,9%	—

Si se analiza por grupos de edad, las personas de 35 a 54 años añoran la familia y el hogar con mayor intensidad, dos indicadores que registran un descenso en edades más avanzadas. Los perfiles más jóvenes muestran un mayor apego por sus amigos, el idioma, el estilo de vida y lugares específicos que los segmentos de mayor edad. Cabe destacar que los encuestados de 55 años o más registraron un aumento considerable en la añoranza del clima (+5,9 puntos porcentuales) y de las formas de relacionarse con los demás (+6,9 puntos porcentuales).

Aspectos que se más se extrañan por edad

Aspecto	18-34	35-54	Más de 55
Familia	22,0%	31,1%	23,8%
Mi casa/hogar	11,6%	14,6%	11,6%
Comida	10,2%	11,7%	9,5%
Cultura y tradiciones	9,4%	8,3%	9,0%
Estilo de vida	8,8%	7,2%	6,3%
Entorno social/personas	6,3%	7,8%	6,3%
Lugares específicos	9,1%	5,1%	6,9%
Clima	6,3%	4,2%	10,1%
Forma de relacionarse con los demás	7,4%	3,2%	10,1%
Amigos	5,2%	4,4%	4,8%
Idioma	3,6%	1,7%	1,1%
Otros	—	0,6%	0,5%

Los migrantes de primera generación muestran un mayor apego a la familia, el hogar y la comida, mientras que los de segunda generación presentan un patrón de nostalgia más diversificado, haciendo mayor hincapié en la cultura, el estilo de vida y las dinámicas sociales.

Aspectos que más se extrañan por generación

Aspecto	Primera gen.	Segunda gen.
Familia	30,5%	21,2%
Mi casa/hogar	16,0%	8,8%
Comida	11,6%	9,5%
Cultura y tradiciones	7,7%	10,2%
Estilo de vida	6,2%	9,5%
Entorno social/personas	5,2%	9,5%
Lugares específicos	6,1%	7,9%
Clima	4,9%	7,7%
Forma de relacionarse con los demás	4,4%	8,1%
Amigos	4,7%	4,9%
Idioma	2,0%	2,6%
Otros	0,7%	—

Conclusiones

La nostalgia, al igual que la pertenencia, no es estática, sino que evoluciona con el tiempo. Aunque la familia y el hogar siguen siendo pilares universales en todos los grupos, la naturaleza de la nostalgia cambia con la edad y entre generaciones. A medida que cambian las percepciones, también lo hace el papel de la nostalgia en la vida de los migrantes, pasando de la conservación de apegos concretos a personas y lugares a un anclaje cultural y relacional más amplio. En última instancia, la fluidez de la nostalgia refleja una necesidad continua de pertenecer, adaptarse y perdurar.



Consideraciones finales



No te olvides de nosotros. Ninguna luz es tan brillante como para olvidarte de dónde vienes

— Angie Cruz, Dominicana⁸



Una transacción digital. Un montón de papeles con escudos y rostros impresos. El dinero mueve el mundo, pero para millones de familias, el dinero es mucho más que una moneda que se cambia por bienes y servicios. Los dólares, las libras y los euros no solo se transforman en soles, rupias y pesos. Se convierten en la matrícula escolar de una hija, la asistencia médica de un padre, el regalo de boda de una hermana. Y con cada transacción llega un mensaje claro: he salido adelante y sigo cuidando de los míos.^{an}

¿Qué vemos al enfrentarnos a nuestro propio «efecto perspectiva» tras haber explorado a fondo la cultura de las transferencias de dinero? Fundamentalmente, que a través de los sacrificios de los trabajadores migrantes —y el apoyo de sus seres queridos en sus países de origen —las remesas representan el tejido mismo de la conexión humana.

La migración es un proceso de transmutación, se trata de encontrar la manera de pertenecer, transformarse y permanecer al mismo tiempo. Y para quienes dejan su hogar sabiendo que sus seres queridos dependen de su éxito, la migración es mucho más que un salto al vacío: es un ejercicio de confianza ciega.

Pero, como señala Nancy Carlos, empleada de Ria: « Ser valiente es enfrentar la vida. No porque tropezaste aquí ya te vas a quedar ahí. Levántate y vamos por algo más. Apachurrate el corazón de estar lejos de tu gente y vamos a lo que vinimos».

Eso es lo que millones de trabajadores migrantes hacen cada día. Se despiertan, se preparan y afrontan las circunstancias sin importar lo que traigan consigo. Pero la realidad es que, aunque los datos puedan acercarnos, nunca seremos capaces de medir el tremendo impacto humano que tienen las remesas en todo el mundo. Lo mejor que podemos hacer es dar voz a quienes, con un espíritu inquebrantable, suturan el hambre y el dolor del mundo. Es gracias a su visión y perseverancia que un futuro mejor puede convertirse en realidad para muchas personas que apenas pueden imaginarlo.

⁸ Angie Cruz, *Dominicana* (New York: Flatiron Books, 2019).

⁹ Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a Nancy». Blog de Ria. <https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-meet-nancy/>

Bibliografía

1. Lahiri, J. (1999). *Intérprete de emociones*. Houghton Mifflin.
2. Frank White, *The Overview Effect: Space Exploration and Human Evolution* (Boston: Houghton Mifflin, 1987).
3. NASA Artemis, «Christina Koch on the overview effect», video publicado en X (anteriormente Twitter), [26 de abril, 2026]. <https://x.com/NASAArtemis/status/2043075782470152588>
4. World Bank. n.d. Remittances. Consultado el 5 de junio de 2026. <https://www.worldbank.org/en/topic/migration/brief/remittances-knomad>
5. “Tonga.” World Bank Open Data, data.worldbank.org/country/tonga. Consultado el 5 de junio de 2026.
6. Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a William». Blog de Ria. <https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-meet-william>
7. Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a los Cerqueras». Blog de Ria. <https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-dora-joaquin-cerquera>
8. Angie Cruz, *Dominicana* (New York: Flatiron Books, 2019).
9. Ria Money Transfer, «El mundo que compartimos: conoce a Nancy». Blog de Ria. <https://www.riamoneytransfer.com/en/blog/the-world-we-share-meet-nancy>

Fotografías

Resumen ejecutivo | Un empleado senegalés de Ria es fotografiado fuera de su lugar de trabajo en España tras ser entrevistado para *El mundo que compartimos*. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2024 / Andrés de Tovar

Sobre el estudio | Una migrante ecuatoriana es fotografiada en España, en el distrito financiero de Madrid, tras ser entrevistada para *El mundo que compartimos*. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2025 / Luis Mantilla

La cultura de las transferencias de dinero | Un migrante nepalí es fotografiado en Portugal, en el centro de Lisboa, tras ser entrevistado para *El mundo que compartimos*. © Ria Money Transfer 2019 / Thomas Bedwin

La psicología del envío de dinero | Un empleado venezolano de Ria es fotografiado fuera de su lugar de trabajo en España tras ser entrevistado para *El mundo que compartimos*. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2024 / Andrés de Tovar | Un migrante bangladesí es entrevistado para *El mundo que compartimos* en Kuala Lumpur, Malasia. Accede a la entrevista completa aquí. © Ria Money Transfer 2022 / Andrés de Tovar

La decisión de marcharse: por qué la gente cruza fronteras | Un migrante maliense es fotografiado en su negocio mientras es entrevistado para *El mundo que compartimos* en París, Francia. © Ria Money Transfer 2025 / Andrés de Tovar | Un migrante tunecino es fotografiado fuera de su negocio tras ser entrevistado para *El mundo que compartimos* en París, Francia. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2025 / Andrés de Tovar

De migrante a miembro de la comunidad: el camino hacia la integración | Un migrante de Sudán del Sur es fotografiado en el centro de Lisboa, Portugal, tras participar en *El mundo que compartimos*. © Ria Money Transfer 2019 / Thomas Bedwin | Migrantes colombianos son fotografiados en su negocio mientras son entrevistados para *El mundo que compartimos* en Madrid, España. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2026 / Andrés de Tovar | Una migrante colombiana es fotografiada en Londres, Inglaterra, tras ser entrevistada para *El mundo que compartimos*. Accede a la historia completa aquí. © Ria Money Transfer 2020 / Thomas Bedwin

Identidad y pertenencia | Un migrante senegalés es fotografiado en el centro de Lisboa, Portugal, tras participar en *El mundo que compartimos*. © Ria Money Transfer 2019 / Thomas Bedwin

Consideraciones finales | Un migrante maliense es fotografiado fuera de su negocio mientras es entrevistado para *El mundo que compartimos* en París, Francia. © Ria Money Transfer 2025 / Andrés de Tovar

Todas las ilustraciones se han generado con IA.

© 2026 Dandelion Payments, Inc. Todos los derechos reservados.

Este informe puede compartirse, citarse y reproducirse libremente, en su totalidad o en parte, con fines no comerciales, siempre que se reconozca a Ria Money Transfer como fuente. Cualquier uso comercial o adaptación de esta publicación requiere consentimiento previo por escrito.

Los datos de las encuestas y las sesiones de grupo presentados en este informe han sido anonimizados y agregados. Ninguna respuesta puede atribuirse a participantes individuales. Los testimonios identificados y las citas de personas identificables se incluyen con su consentimiento previo.

Para solicitudes de autorización, consultas de medios de comunicación o información adicional, póngase en contacto con:

comms@riamoneytransfer.com



La divisa del cariño

Explorando el lado humano de las remesas

7000 Village Dr., Suite 200. Buena Park, California, Estados Unidos 90621.

Correo: comms@riamoneytransfer.com

Página web: www.riamoneytransfer.com