

II Encuentro  
El español y los  
flujos económicos  
internacionales

**Estudiantes  
extranjeros: el  
español, factor  
de atracción y  
valor añadido.**

Madrid como  
observatorio.

Miguel Carrera Troyano  
(U. de Salamanca)

Juan Carlos Jiménez  
(U. de Alcalá)



OBSERVATORIO  
NEBRIJA DEL  
ESPAÑOL



Diciembre 2025



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA



# Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

**Madrid como observatorio.**

---


**Miguel Carrera Troyano**  
Universidad de Salamanca

**Juan Carlos Jiménez**  
Universidad de Alcalá


---



---



© Universidad Nebrija



Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

---

# Índice



<b>1. Introducción</b>	<b>6</b>
Una realidad creciente	6
Demanda y oferta	7
España, Madrid	8
Enfoque y planteamiento	8
Origen y equipo de trabajo	9
Objetivos	9
Metodología	10
<b>2. Principales resultados del estudio</b>	<b>11</b>
Contexto internacional y nacional	11
Estudiantes internacionales en Madrid	11
Resultados de la encuesta	13
Análisis de colectivos	14
Impacto económico total	15
Otros impactos	16
Políticas	16
<b>3. El idioma español en la encuesta</b>	<b>18</b>
Región de origen	18
Nivel de dominio del idioma español	21
Idioma de estudios	23
Razones para elegir Madrid	24
Lo mejor de la experiencia en Madrid	28
Lo peor de la experiencia en Madrid	31
Trabajar en Madrid en el futuro	33
Qué hacer para atraer más talento internacional	35
Valoración de la experiencia, satisfacción, percepción de apertura e integración y disposición a recomendar por nivel de dominio inicial	36
<b>4. Algunas conclusiones sobre la importancia del idioma español para los estudiantes internacionales y su posible estímulo</b>	<b>40</b>

## Resumen

Este estudio examina la relación entre estudiantes internacionales, sistema universitario madrileño y valor del español como posible factor de atracción. A partir de una investigación más amplia sobre el impacto socioeconómico de este colectivo en Madrid, el documento se centra en las variables lingüísticas que inciden en la elección del destino, la experiencia académica, la integración social y las expectativas de futuro.

Los resultados muestran que el español no aparece, en términos generales, como el principal motivo para elegir Madrid, por delante del cual se sitúan otros factores como la oferta académica, la calidad de vida, la seguridad, el entorno cultural o las oportunidades profesionales. Sin embargo, el idioma sí desempeña una función relevante como elemento de integración y como valor añadido de la experiencia. A mayor dominio inicial del español, mayores son también los niveles de satisfacción, la percepción de apertura social, la integración en el entorno y la disposición a recomendar Madrid como destino de estudios.

El informe concluye, por tanto, que el español no debe entenderse como único motor de atracción, pero sí como un activo diferencial con importante rendimiento académico, social y simbólico. Desde esta perspectiva, se propone reforzar su enseñanza y aprovecharlo estratégicamente como parte de una política más amplia de internacionalización y captación de talento.

## 1. Introducción

Este trabajo se basa en los resultados de una investigación sobre el impacto socioeconómico de los estudiantes internacionales en Madrid promovida por Madrid Futuro y Foro por Madrid y realizada entre abril y octubre de 2025. Más específicamente, se centra en las referencias al papel del idioma español en dicho proyecto.

A continuación, se recogen algunos elementos que sirven como introducción a dicha investigación y permiten conocer sus objetivos y su alcance. Más adelante, en el epígrafe segundo, se muestran los principales resultados del estudio para, ya en el tercer epígrafe, centrarse en las variables ligadas con el idioma. Finalmente, en el cuarto, se presentan las conclusiones.

### Una realidad creciente

Los estudiantes universitarios internacionales han pasado en poco tiempo de ser una rara avis en los campus no anglosajones a desatar una pugna por atraer su presencia, ya muy destacada en países tradicionalmente limitados a la docencia de su alumnado nacional. Podemos ponerle datos al extraordinario crecimiento de la movilidad internacional de estudiantes universitarios experimentado en las últimas décadas. Según la UNESCO, en 2021 se registraron más de 6,4 millones de estudiantes internacionales en todo el mundo, una cifra que triplica la del año 2000. Estados Unidos continúa siendo el principal destino, con casi un millón de estudiantes, seguido por el Reino Unido, con más de medio millón, y Australia, con más de 400.000. Los cuatro millo-

nes y medio restantes se han dirigido esencialmente a otros países desarrollados, entre los que destacan algunos europeos –entre ellos España–, pero también se ha agudizado una pugna en Asia Oriental (China, Japón, Corea del Sur) por captar alumnos de su propio continente que antes preferían Australia, Estados Unidos o el Reino Unido como destino académico.

## **Demanda y oferta**

No faltan razones para ese interés y para la subsiguiente mundialización operada en la educación superior. Por el lado de la demanda, el mayor nivel de vida en amplias regiones del mundo permite hoy que más familias puedan, con más o menos sacrificios (y en algún caso becados), enviar a sus hijos a estudiar fuera, como parte de esa inversión en educación que la teoría microeconómica de la fecundidad ha subrayado como “costes” necesarios de tener hijos. La revalorización del capital humano –otra constante de nuestro tiempo– en sociedades con más capacidad para asumir sus costes, junto con el mayor cosmopolitismo que ha caracterizado en las últimas décadas el devenir del planeta, han impulsado por el lado de la demanda los flujos de estudiantes internacionales.

Pero también han operado poderosos factores de oferta. Los alumnos internacionales son una fuente de ingresos para las universidades de acogida (siempre lo fueron para las anglosajonas, y hoy para las de muchos otros países), factor de acentuada importancia conforme la demografía ha ido mermando las cohortes de alumnos autóctonos. Pero atraer estudiantes internacionales no es solo una cuestión pecuniaria, por más que los beneficios económicos directos de unas mayores matrículas sean a veces importantes. Hay países donde se cobran las mismas tasas subvencionadas que para los estudiantes nacionales, o incluso, como sucede con los alumnos Erasmus, que las pagan en sus países de origen. Porque lo más importante es que la presencia de estos estudiantes dinamiza el entorno en el que se asientan, con gastos diversos (alojamiento, desplazamientos, manutención, ocio...) que terminan siendo esenciales en la vida económica y el sostenimiento de empleos en las ciudades huéspedes.

Diríamos más. Los estudiantes extranjeros no solo tienen lo que en economía se llaman efectos de arrastre hacia atrás (merced a los gastos que realizan), sino, con un carácter más difícil de medir en el corto plazo, pero de gran trascendencia para sociedades que aspiran a reforzar su papel internacional, efectos de arrastre hacia delante, impulsores del crecimiento futuro. Su entremezclamiento con los alumnos locales tiene en ellos efectos muy positivos, favorecedores de un mejor entendimiento intercultural. Su presencia obliga también a mejorar la docencia y la oferta educativa de las universidades que los reciben. Su aprendizaje del idioma (para aquellos que no lo tienen como nativo) ayuda a expandir el valor económico de la lengua adquirida –fundamental en el caso del español– cuando retornan a sus países, donde además se convierten en embajadores (¡una fuente extraordinaria de “poder blando”!) de la ciudad y país que los ha acogido.

Particular interés presentan aquellos que optan por quedarse trabajando allí donde han estudiado, enriqueciendo la fuerza de trabajo local con una mano de obra altamente cualificada (y, por ello, muy productiva), que frecuentemente viene además a constituir un complemento necesario en sociedades cada vez más envejecidas. Es una inmigración joven, perfectamente integrada y con un alto grado de formación. Una apuesta segura, y tanto más rentable cuanto más éxito se tenga no ya en la captación de estudiantes extranjeros en número, sino, de un

modo específico y particular, en la atracción de talento. Es aquí, en la captación e incorporación de talento, donde la competencia mundial se ha exacerbado, ante la condición de política –o estrategia– de interés público que ha adquirido en no pocos países.

### **España, Madrid**

Dentro de este dinámico y competitivo panorama internacional, España también se ha consolidado en pocos años como un importante país receptor: en 2023 acogió según la UNESCO a más de 100.000 estudiantes extranjeros –excluyendo a los de intercambio–, frente a los poco más de 40.000 del año 2000. Incluso, un estudio reciente de ICEX y EduEspaña amplía esta perspectiva al estimar en más de 600.000 los estudiantes internacionales presentes en España, incluyendo todos los extranjeros: tanto programas de movilidad como estudios de grado y posgrado, y tanto estudiantes de español como lengua extranjera (ELE) como *Study Abroad* o lectores de español. Se trata, en todo caso, de un colectivo muy heterogéneo, cuyo impacto económico es igualmente relevante: su gasto total supera, según este estudio, los 6.300 millones de euros, lo que confirma la importancia de este fenómeno en expansión y el papel destacado que ha adquirido en España.

Pero ¿y en Madrid? Sin duda, todo lo anterior justifica el interés por conocer cuántos y cómo son, de dónde vienen y qué aportan los estudiantes extranjeros en una región con una veintena de universidades públicas y privadas, varias bien posicionadas incluso internacionalmente, que atraen a un número creciente de estos, como es el caso de Madrid. Es más, esa concentrada presencia de universidades tiene un doble efecto positivo sobre la captación y el aprovechamiento de la presencia de alumnos extranjeros. Por un lado, como toda competencia, estimula la competitividad. Y, por otro, permite configurar a Madrid como una suerte de lo que en economía se llama “distrito industrial”, es decir, una concentración geográfica sectorial, en este caso universitaria, que estimula la innovación y la competencia, y permite aprovechar complementariedades y economías de escala, entre ellas, la captación de recursos y de talentos. En suma, y siempre que se sepa crear esa atmósfera tanto desde las instancias públicas como desde la sociedad civil y el tejido empresarial, constituye una oportunidad competitiva y visibiliza mejor en el exterior al sistema universitario madrileño.

Sobre estas premisas se abordó el estudio sobre el “Impacto socioeconómico de los estudiantes internacionales en Madrid” para Madrid Futuro. A continuación, se da cuenta sucinta de la delimitación del estudio, el equipo de trabajo, sus objetivos, la metodología seguida y la estructura básica del Informe.

### **Enfoque y planteamiento**

La investigación que ha servido de base al citado Informe se ha centrado en aquellos alumnos extranjeros que cursan estudios en universidades públicas y privadas madrileñas, contando también con los que estudian en escuelas de negocios, pero sin tomar en consideración, por ejemplo, estudiantes de español como lengua extranjera (ELE), lectores de español o *Study Abroad*. Dentro de las universidades, han quedado fuera los estudiantes que cursan títulos propios o formación profesional, puesto que no aparecen en las estadísticas oficiales sobre el número de alumnos universitarios.

La investigación no ha tratado de abarcar toda la realidad nacional, sino que se ha circunscrito a la Comunidad de Madrid. Madrid, con independencia de ese carácter antes apuntado

de “distrito industrial” de educación superior, es un “distrito universitario” desde el punto de vista institucional y de la propia realidad de su alumnado extranjero. En consecuencia, se ha analizado el impacto de los estudiantes internacionales en universidades públicas, privadas y escuelas de negocios de la Comunidad de Madrid.

Por lo demás, los objetivos del Informe, como se detalla seguidamente, van más allá de la simple –por más que trabajosa– cuantificación económica del impacto de estos estudiantes internacionales, tratando de incorporar a sus efectos directos los indirectos e inducidos; adicionalmente, se ofrece información de primera mano de aspectos cualitativos que tienen que ver con su experiencia en la región, al tiempo que se presta una especial atención a las políticas públicas.

Una delimitación, pues, rigurosa pero comprehensiva del objeto de estudio.

## **Origen y equipo de trabajo**

El informe y la investigación que sustentan estas páginas están enmarcados en uno de los proyectos del convenio de colaboración existente entre el Ayuntamiento de Madrid, a través del Foro por Madrid (la plataforma de participación públicoprivada del Ayuntamiento), y Madrid Futuro (asociación sin ánimo de lucro cuyo objeto es facilitar el diálogo y la acción colectiva de la sociedad civil, para fomentar el crecimiento de Madrid). La gestión ha estado a cargo de la Fundación Nebrija.

Los autores del estudio son profesores de universidades públicas y privadas de Madrid y de Salamanca con experiencia en el estudio del impacto de las universidades y amplio conocimiento sobre la economía de Madrid. El equipo ha sido dirigido por el Profesor José Luis García Delgado, Director del Observatorio Nebrija del Español, Universidad Nebrija. La coordinación ha corrido a cargo de Miguel Carrera Troyano, de la Universidad de Salamanca, y en su elaboración han participado Juan Carlos Jiménez, de la Universidad de Alcalá, Dorotea de Diego, de la Universidad Rey Juan Carlos, y Rafael Muñoz de Bustillo e Isaac Peral, de la Universidad de Salamanca.

## **Objetivos**

Como ya se ha apuntado, el objetivo principal ha sido arrojar luz sobre la magnitud del fenómeno de los estudiantes internacionales en Madrid y poner de relieve los múltiples beneficios –económicos y no económicos– que aporta a la región. Los responsables de instituciones públicas y privadas disponen con ello de un soporte consistente para tomar decisiones informadas que impulsen su desarrollo y permitan acrecentar los beneficios potenciales.

A partir de este objetivo central, se plantearon cuatro metas específicas que guiaron el trabajo:

- 1.** Revisar la literatura existente y analizar la información disponible en las bases de datos pertinentes, con el fin de contextualizar este fenómeno en Madrid y comprender su evolución en la región.
- 2.** Conocer de primera mano aspectos esenciales de la experiencia de los estudiantes internacionales en Madrid, a través de una encuesta diseñada específicamente para este proyecto. Esta aproximación incluye tanto dimensiones económicas como motivaciones para elegir la ciudad, niveles de satisfacción y percepciones generales sobre su estancia.

3. Cuantificar el impacto económico directo de estos estudiantes en la economía madrileña, considerando no solo su gasto en matrículas, manutención... y todos los conceptos relacionados con su estancia, sino también el consumo asociado a familiares y amigos que los visitan.
4. Identificar políticas y actuaciones, tanto públicas como privadas, que permitan reforzar la capacidad de Madrid para atraer a este colectivo dentro de un mercado, ya se ha dicho, tan competido, y, en la medida de lo posible, favorecer su arraigo en la región; de modo, en fin, que la estructura productiva local pueda beneficiarse al máximo de su valiosa contribución económica y social.

### Metodología

Consecuentemente con el objetivo y metas expuestos, se han utilizado tres grandes herramientas metodológicas que, en conjunto, permitieron articular un análisis amplio y sólido del fenómeno objeto de estudio.

La primera ha consistido en una revisión exhaustiva de la literatura existente. Se examinaron publicaciones internacionales, nacionales y locales relevantes, con el fin de situar la experiencia madrileña en un marco de referencia más amplio. Esta revisión no solo ha permitido identificar las principales aportaciones académicas en torno a la movilidad estudiantil internacional, sino también extraer ideas clave para contextualizar esta realidad en el ámbito global, nacional y regional.

La segunda herramienta ha correspondido a un exhaustivo trabajo de carácter cuantitativo. Por un lado, se han utilizado bases de datos oficiales que han permitido disponer de un compendio de cifras fiables sobre la magnitud y evolución de los flujos de estudiantes internacionales. Por otro lado, se ha diseñado y aplicado una encuesta específica a estudiantes internacionales en Madrid, cuyos resultados ofrecen información directa acerca de sus características, motivaciones y experiencias. La integración de todos estos datos ha hecho posible elaborar la estimación del impacto económico de los estudiantes internacionales en Madrid, que se presentará en epígrafes posteriores.

La tercera herramienta ha sido de índole cualitativa y se ha desarrollado a partir de dos fuentes principales. En primer lugar, se elaboró un cuestionario dirigido a los responsables de internacionalización de las universidades madrileñas, respondido tanto por escrito como mediante entrevistas en línea, lo que ha permitido conocer estrategias, beneficios, retos y perspectivas institucionales. En segundo lugar, se han analizado las respuestas abiertas de la encuesta realizada a los propios estudiantes internacionales, que aportan matices valiosos y una visión más cercana de su experiencia personal y académica.

En definitiva, la combinación de estas tres aproximaciones –revisión bibliográfica, análisis cuantitativo y trabajo cualitativo– constituye la base metodológica del estudio que sirve de soporte a estas páginas.

## 2. Principales resultados del estudio

### Contexto internacional y nacional

Los estudiantes internacionales generan un importante impacto económico: aportan ingresos a las universidades, dinamizan sectores como la vivienda y la hostelería, y contribuyen a la balanza de pagos como exportación de servicios. Además, cuando permanecen en el país tras graduarse, refuerzan el capital humano y cubren déficits laborales en áreas de alta cualificación. Los principales países receptores han cuantificado su relevancia con cifras significativas: en EE. UU. los estudiantes internacionales generan 44.000 millones de dólares anuales, en el Reino Unido casi 54.000 millones de dólares y en Australia más de 33.000 millones de dólares. Alemania y Canadá destacan, además, por la retención de estudiantes tras su graduación. Sin embargo, cambios políticos, como las restricciones migratorias de EE. UU. bajo la Administración Trump, muestran la vulnerabilidad de este mercado global, a la vez que abren oportunidades para otros países.

En Europa, el programa Erasmus+ ha sido clave, con casi medio millón de movibilidades en 2023 y España como primer país receptor. Más allá de lo económico, Erasmus+ impulsa competencias interculturales y la cohesión europea, aunque sigue afrontando retos como la desigualdad en el acceso o el alojamiento asequible. Atendiendo al conjunto de estudiantes internacionales, y aunque aún lejos de los grandes destinos, España ha visto duplicar su número desde 2016. Los datos del Ministerio de Universidades sitúa en alrededor de 150.000 el número de estudiantes universitarios extranjeros en España en universidades presenciales en el curso 20222023. Entre las tendencias destacadas, su número crece más en las privadas que en las públicas, y más en alumnos de matrícula completa que en los de intercambio. En cualquier caso, su impacto económico es muy relevante: los estudios disponibles estiman que cada euro gastado por este colectivo genera entre 2,35 y 2,7 euros de impacto total.

### Estudiantes internacionales en Madrid

Madrid ocupa un lugar central en el sistema universitario español, con seis universidades públicas y doce privadas presenciales que concentran más de una quinta parte del alumnado del país. La región combina un fuerte peso en la educación pública con un liderazgo indiscutido en la oferta privada, especialmente en los estudios de máster, lo que refuerza su atractivo académico y su capacidad de proyección internacional. En cualquier caso, existe una notable heterogeneidad entre instituciones dentro del Sistema Universitario Madrileño en términos de número de alumnos y variedad de la oferta. Esta diversidad institucional amplía las posibilidades de elección y permite a Madrid configurarse como el principal polo universitario dentro de España, aunque plantea retos de coordinación y cohesión interna.

Desde la perspectiva de sus responsables, existe consenso entre las universidades madrileñas sobre los efectos de la internacionalización: la llegada de estudiantes extranjeros es estratégica para su sostenibilidad, reputación y apertura global. Se reconocen impactos positivos en el enriquecimiento cultural de las aulas, la preparación de los alumnos locales para entornos laborales globalizados y la dinamización de la investigación y la cooperación internacional.

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

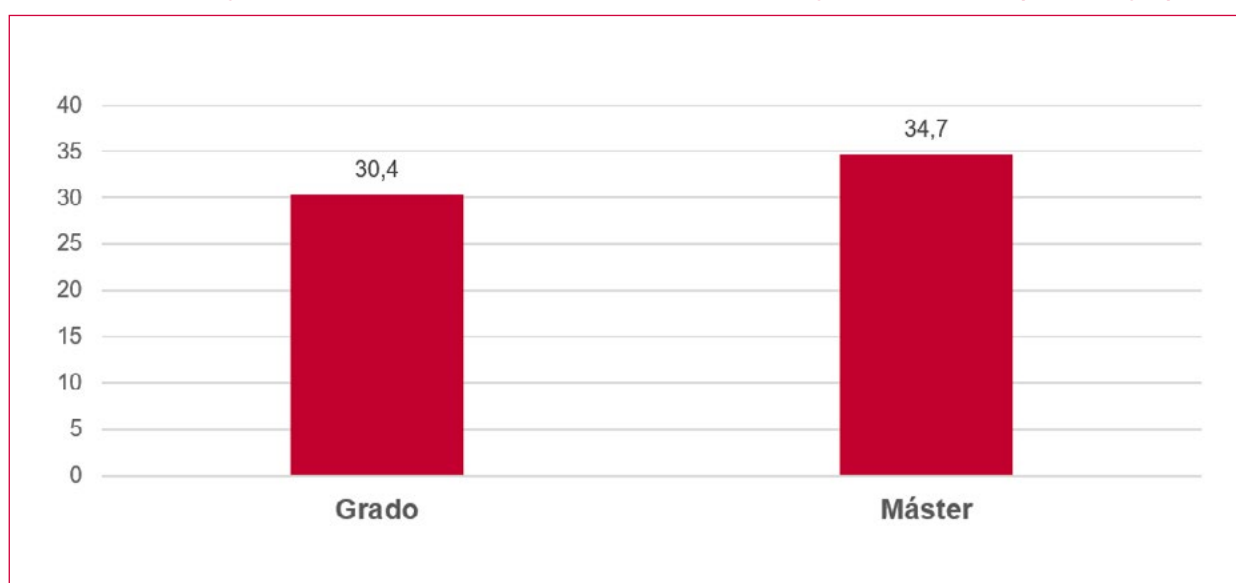
### Madrid como observatorio

Entre los retos destacan las barreras lingüísticas, las dificultades de integración social y el elevado coste del alojamiento. Las universidades están respondiendo con una oferta creciente en inglés, dobles titulaciones, becas, servicios de apoyo y estrategias de captación internacional, aunque persisten carencias en la coordinación entre instituciones y en el diseño de planes integrales con indicadores claros.

En términos cuantitativos, Madrid concentra más del 30 % de los estudiantes internacionales de grado y máster en España, destacando en especial su liderazgo en posgrados (Gráfico 1).

#### Gráfico 1.

#### Estudiantes extranjeros en Madrid sobre total de estudiantes extranjeros en España (porcentajes)



Sin embargo, su crecimiento ha sido más lento que el promedio nacional, lo que implica una pérdida relativa de peso desde 2015-2016. La movilidad de matrícula completa gana terreno frente a los intercambios, y la universidad privada frente a la pública. América Latina se consolida como origen principal en las universidades privadas, mientras que en las públicas mantienen un peso significativo los alumnos europeos. El programa Erasmus refuerza esta centralidad: en 2023 Madrid recibió más de 7.500 estudiantes, lo que supone en torno al 15 % del total nacional, con estancias algo más largas que en otras regiones.

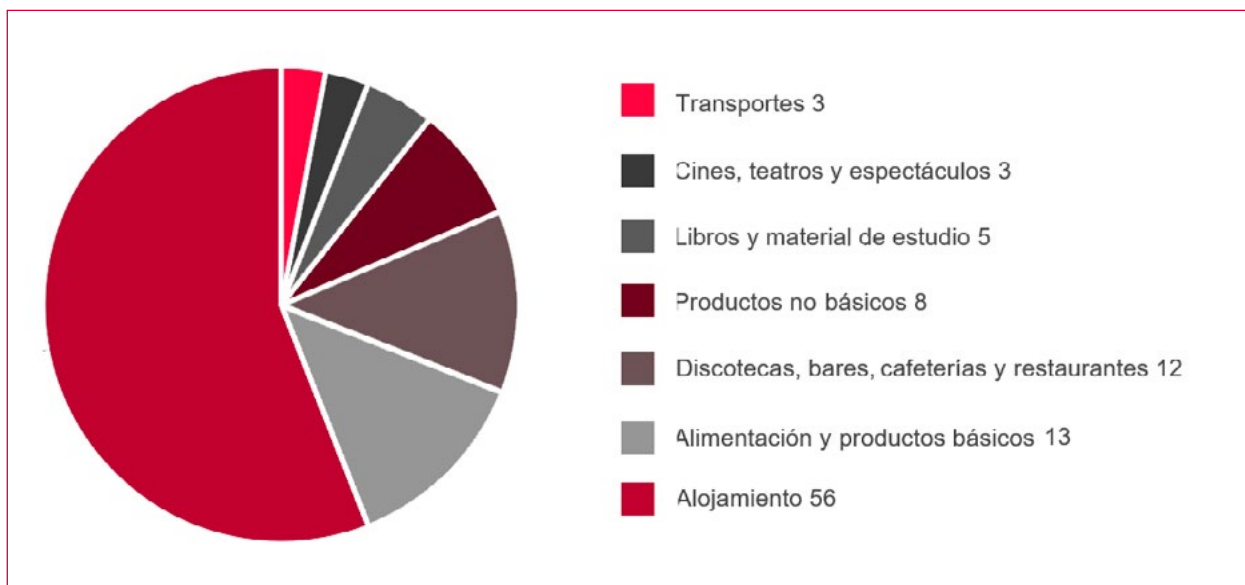
En suma, Madrid se consolida como el mayor polo universitario e internacional de España, con un sistema heterogéneo y en expansión, pero enfrenta el reto de mantener su liderazgo frente a la creciente competencia de otras comunidades. El futuro exige diversificar el origen de los estudiantes, reforzar las estrategias de atracción –sobre todo en las universidades públicas, más allá de los programas de intercambio– y consolidar políticas integrales de internacionalización que aseguren un impacto duradero.

## Resultados de la encuesta

Una encuesta bilingüe online se dirigió a los estudiantes internacionales en Madrid y obtuvo 358 respuestas, aunque en ellas hay un cierto sesgo hacia universidades privadas y escuelas de negocios, que suman tres cuartos de las respuestas. No obstante, aporta una evidencia directa valiosa sobre el perfil de los estudiantes, sus motivaciones, su satisfacción y los gastos que realizan. El perfil predominante en las respuestas es femenino, originario de América Latina y Europa, cursa grado, aunque uno de cada cuatro estudia máster, y casi la mitad realiza matrícula completa frente a programas de intercambio.

Las motivaciones combinan la oferta académica y el prestigio universitario con la calidad de vida, la cultura, ocio y gastronomía, y la seguridad que ofrecen la ciudad y la Comunidad. El coste medio de vivir en Madrid es de 1.531 euros al mes, aunque algunos grupos, como los estudiantes de intercambio, tienen costes menores. El alojamiento aparece como el mayor elemento del gasto. En efecto, aunque la opción mayoritaria es el piso compartido, que es la opción más económica, los gastos de alojamiento absorben un 56 % del total (Gráfico 2).

**Gráfico 2.**  
**Categorías de gasto de los estudiantes (porcentajes)**



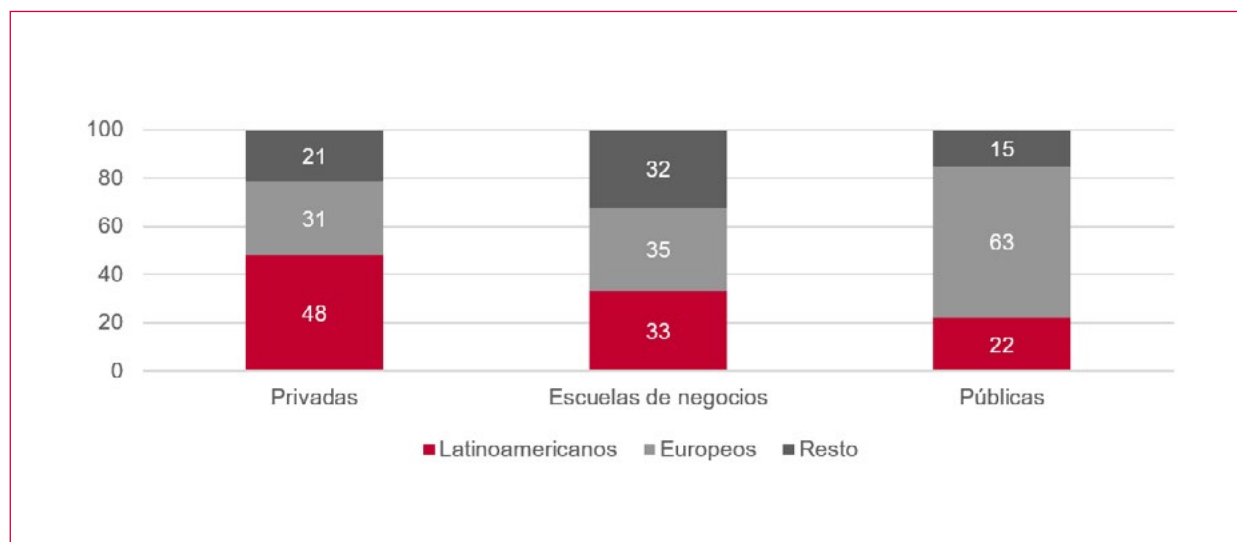
La satisfacción con la experiencia en Madrid es muy elevada (8,7 sobre 10), casi sobresaliente, destacando calidad de vida, seguridad y cultura, ocio y gastronomía como ítems principales, aunque aparecen retos por los problemas de vivienda y la complejidad de la burocracia. La percepción de apertura de la sociedad y de su integración en la misma reciben una calificación de notable, con margen de mejora en integración por parte de algunos colectivos. Casi todos los encuestados quieren volver a Madrid en el futuro y un 15 % aspira a trabajar en la ciudad, pero subrayan la necesidad de mejorar las oportunidades laborales, los salarios y el acceso a la vivienda para consolidar a Madrid como un destino competitivo para la atracción de talento.

#### Análisis de colectivos

El análisis en detalle de la heterogeneidad de los estudiantes internacionales en Madrid que respondieron a la encuesta muestra que detrás de los promedios existen perfiles muy diferenciados según género, origen, nivel de estudios, modalidad de movilidad, idioma –una variable que aquí nos interesa subrayar– y tipo de universidad. A partir de estas seis dimensiones se identifican catorce colectivos, lo que permite captar la diversidad de experiencias en cuanto a costes de matrícula y vida, motivaciones, integración social y perspectivas de futuro.

La encuesta revela un perfil claramente feminizado en todos los grupos, más aún en norteamericanos y europeos. También, una presencia dominante de europeos en la universidad pública y de latinoamericanos en la privada (Gráfico 3), mientras que los norteamericanos constituyen una minoría con mayor poder adquisitivo.

**Gráfico 3.**  
**Origen de los estudiantes por tipo de universidad (porcentajes)**



En el coste de matrícula contrastan vivamente los de las escuelas de negocios, en un extremo, con costes de matrícula 15 veces superiores que los de las públicas, en el otro. Los de intercambio, los europeos y los que están en universidades públicas y en programas en español, tienden a tener un coste de vida mensual más bajo. En contraste, los de matrícula completa, los que siguen cursos en inglés y en escuelas de negocios, afrontan costes mensuales más elevados.

El alojamiento es un ámbito crítico: el piso compartido es la opción más frecuente, pero los precios y la dificultad para encontrar vivienda constituyen el principal problema señalado por los estudiantes –no tanto por los norteamericanos–, junto con la burocracia, los visados y, para los anglófonos, el idioma.

La valoración general de la experiencia es muy positiva: los estudiantes otorgan altas puntuaciones tanto a Madrid (8,7/10) como a sus universidades (7,9/10), y la mayoría recomendaría estudiar en aquí (8,9/10). Madrid se percibe como una ciudad segura, acogedora y cultural-

mente rica, aunque con matices según los colectivos. Destaca la fuerte afinidad de los latinoamericanos, que se sienten más integrados y manifiestan mayor disposición a regresar para trabajar, frente a europeos y norteamericanos, que aunque valoran la apertura, se sienten relativamente menos integrados y muestran menor intención de volver para trabajar.

En suma, el análisis pone de relieve que la internacionalización en Madrid no es un fenómeno homogéneo, sino atravesado por importantes diferencias según colectivos. Estas diferencias influyen en costes, integración y expectativas, y resultan claves para diseñar políticas de atracción y apoyo más ajustadas, capaces de responder a la diversidad de perfiles para consolidar a Madrid como destino académico internacional.

### **Impacto económico total**

La estimación del impacto económico total de los estudiantes internacionales en Madrid considera tanto su gasto directo como el derivado de las visitas que reciben. El primero parte de cuatro elementos fundamentales: el número de estudiantes, la duración de la estancia, el pago de matrículas y el coste de vida mensual en la ciudad o su área metropolitana. Para el curso 20242025 se estima que ha habido 52.813 estudiantes internacionales presenciales en universidades y escuelas de negocios madrileñas. Su permanencia media varía entre los 4,9 meses de los alumnos Erasmus y los 10,5 meses de quienes cursan máster o doctorado, mientras que el gasto mensual oscila desde alrededor de 1.200 euros en universidades públicas hasta más de 1.800 euros en las escuelas de negocios. Con estos datos se calcula que el impacto directo generado por los estudiantes, que asciende a 1.351 millones de euros, con un gasto medio anual por persona de 25.591 euros. Aunque las universidades públicas y privadas concentran proporciones similares de alumnos, en el entorno del 40 %, las escuelas de negocios aportan casi la mitad del gasto total debido a sus matrículas más elevadas y a un nivel de consumo superior.

El estudio incorpora además el gasto de familiares y amigos que visitan a los estudiantes, un fenómeno muy extendido que afecta a más del 80 % de los encuestados. Con una media de más de cuatro visitas por estudiante y una estancia cercana a los ocho días, el impacto asociado a este flujo se estima en unos 250 millones de euros. De este modo, el gasto directo conjunto de estudiantes y visitantes supera los 1.600 millones de euros. A partir de ahí, la aplicación de multiplicadores económicos permite calcular los efectos indirectos e inducidos, que con los más ajustados a la realidad madrileña alcanzan un impacto total de algo más de 3.100 millones, equivalente al 1 % del PIB regional en 2024.

Si se aísla el componente turístico del gasto, es decir, excluyendo las matrículas, el impacto directo asciende a unos 961 millones de euros, y su impacto total se aproxima a 1.870 millones, lo que representa en torno al 8,6 % del valor añadido bruto turístico de la Comunidad de Madrid.

Por tanto, la contribución de los estudiantes internacionales a la economía madrileña es muy significativa, tanto por su magnitud absoluta como por su peso relativo en el conjunto de la actividad económica. Se trata de un activo estratégico cuyo mantenimiento y ampliación plantea retos en cuestiones como la oferta de alojamiento o la simplificación administrativa para seguir atrayendo talento académico global, pero que parte de una base muy sólida.

#### Otros impactos

Se abordan también otros impactos de la internacionalización que van más allá de los efectos económicos, destacando su papel transformador en la vida académica, social y cultural de Madrid. La llegada de estudiantes internacionales no solo fortalece sectores productivos, sino que también enriquece a las universidades y al entorno en que se asientan, generando beneficios intangibles, pero de gran relevancia.

Uno de los principales aportes es el capital humano generado a través de los programas de intercambio, que fortalecen competencias profesionales y sociales tanto en los estudiantes internacionales como en los que participan en estancias fuera de España. Al mismo tiempo, la diversidad cultural que aportan los estudiantes internacionales dinamiza los entornos educativos y urbanos, favoreciendo la innovación pedagógica y la cohesión social. La movilidad también se traduce en la atracción de talento altamente cualificado, clave para los ecosistemas de innovación, y en la creación de redes globales de cooperación académica. Asimismo, se produce un efecto turístico recurrente, pues muchos estudiantes regresan como visitantes y promueven la ciudad en sus entornos. Finalmente, el proceso refuerza el liderazgo académico de las universidades madrileñas, aunque podría generar en el futuro, como en otros países, efectos urbanos como la “estudiantificación”, que es una forma de gentrificación (o desplazamiento de la población original) ante la que habría que estar vigilantes. En conjunto, pues, los estudiantes internacionales actúan como agentes de transformación que consolidan a Madrid como una ciudad global, diversa y abierta, con un capital humano y cultural cada vez más fuerte.

#### Políticas

El contexto internacional de la movilidad estudiantil está marcado por una competencia creciente entre países que buscan captar y retener talento, en un escenario donde emergen nuevos polos regionales, sobre todo en Asia. La captación de estudiantes se vincula cada vez más con su integración en el mercado laboral y con la demografía, lo que sitúa estas políticas en la intersección entre educación y migración. Para Madrid, como para España, este entorno global abre una oportunidad para reforzar su atractivo académico y diferenciarse mediante una estrategia más cohesionada.

La experiencia internacional muestra que las políticas más efectivas combinan la promoción activa con medidas de integración y retención. Países como Australia, Canadá, Alemania o Francia han desplegado estrategias nacionales de largo alcance, apoyadas en agencias específicas y en una coordinación estrecha entre universidades, gobiernos y empresas. Europa constituye la referencia más próxima para España, con el papel decisivo del programa Erasmus y la experiencia de países como Alemania, Francia o Países Bajos. La enseñanza que se desprende de estos casos es clara: no basta con atraer estudiantes, es necesario ofrecer un entorno dinámico de apoyo durante la estancia y oportunidades de permanencia tras la graduación.

El catálogo de medidas se organiza en tres grandes bloques. Las orientadas a la captación subrayan la importancia de construir una marca internacional sólida, reforzar la oferta académica –en inglés y en español–, mejorar la política de visados y mantener unas matrículas competitivas. Las destinadas a favorecer la estancia destacan la necesidad de resolver el problema del alojamiento, simplificar trámites administrativos, ampliar becas, mejorar la integración académica y lingüística, y aprovechar la figura de “embajadores estudiantiles”. Las centradas en la permanencia apuestan por facilitar la transición al mercado laboral mediante visados más flexibles, orientación hacia sectores con alta demanda, prácticas en empresas y una mayor implicación del tejido empresarial. A estas se añaden otras medidas complementarias, como el fortalecimiento de redes de *alumni* y la creación de sistemas de información y evaluación más robustos.

España, en fin, no cuenta aún con una estrategia nacional integrada en este ámbito, lo que deja gran parte de la responsabilidad en las universidades y, en menor medida, en las comunidades autónomas y otros entes locales. Madrid es un polo de atracción gracias a su concentración universitaria pública, privada y de escuelas de negocio, que configura un auténtico “distrito universitario” con capacidad para generar sinergias, atraer talento y proyectar su imagen internacional, lo que justificaría el desarrollo de políticas regionales y locales en este ámbito. Las universidades madrileñas han avanzado en prácticas de captación y apoyo, pero deben afrontar tareas pendientes para consolidar una internacionalización sostenible e integral.

Entre los retos destacan diseñar planes con indicadores que permitan su seguimiento y evaluación, simplificar trámites, extender la internacionalización a toda la comunidad universitaria, ofrecer estrategias postestudio, aprovechar las redes de *alumni* y articular una marca común madrileña. Se trata de pasar de una internacionalización centrada en la captación a otra estructural, transversal y orientada al impacto duradero. El verdadero reto institucional es avanzar hacia una política integral y sostenida en el tiempo que combine la atracción, la acogida y la retención de estudiantes internacionales. Su llegada no debe considerarse únicamente un recurso económico –que lo es, y muy importante–, sino una palanca de transformación del sistema universitario y un factor de proyección global para la región.

### 3. El idioma español en la encuesta

Se presentan a continuación las principales variables de la encuesta que tienen una relación más directa con el idioma español. Se ofrecen los valores medios y los colectivos que se han definido a partir de seis dimensiones –género, origen geográfico, tipo de estudios, modalidad de movilidad, idioma de instrucción y tipo de universidad–. A partir de estas dimensiones se identifican catorce colectivos: hombre/mujer; América Latina/Europa/Estados Unidos y Canadá; grado/máster; intercambio/matriculación completa; español/inglés; privada/escuela de negocios/pública (Cuadro 1). Este desglose permite comparar patrones en las respuestas a la encuesta y analizar cómo influyen cada una de las variables que se han considerado.

**Cuadro 1.**  
**Dimensiones y colectivos (número de respuestas y porcentajes)**

Dimensión	Colectivo	Respuestas	%
<b>Género</b>	Hombre	110	30,7
	Mujer	243	67,9
<b>Región de origen</b>	América Latina (AL)	130	36,3
	Europa	128	35,8
	Estados Unidos y Canadá	32	8,9
<b>Nivel de estudios</b>	Grado	267	74,6
	Máster	81	22,6
<b>Tipo de movilidad</b>	Intercambio	185	51,7
	Matriculación completa	170	47,5
<b>Idioma</b>	Español	188	52,5
	Inglés	168	46,9
<b>Tipo de universidad</b>	Privada	189	52,8
	Escuela de negocios	85	23,7
	Pública	83	23,2

#### Región de origen

Una primera perspectiva surge a partir de la pregunta sobre la región de origen: “¿Cuál es el país donde resides habitualmente (antes de venir a Madrid)?”. No se está preguntando la nacionalidad, pero sí se espera que las respuestas ofrezcan una visión clara del origen geográfico de los estudiantes. La lista completa se encuentra en el Cuadro 2.

**Cuadro 2.**  
**Origen de los estudiantes (frecuencias y porcentajes)**

ORDEN	PAÍS	FREC.	%	ORDEN	PAÍS	FREC.	%
1	México	44	13,5	31	República Checa	2	0,6
2	Francia	40	12,2	32	República Dominicana	2	0,6
3	Estados Unidos	27	8,3	33	Rusia	2	0,6
4	Italia	26	8,0	34	Suiza	2	0,6
5	Colombia	18	5,5	35	Arabia Saudita	1	0,3
6	Argentina	17	5,2	36	Benín	1	0,3
7	Perú	16	4,9	37	Bolivia	1	0,3
8	Alemania	10	3,1	38	Cabo Verde	1	0,3
9	India	10	3,1	39	Croacia	1	0,3
10	Chile	9	2,8	40	Dinamarca	1	0,3
11	Brasil	7	2,1	41	El Salvador	1	0,3
12	Bélgica	6	1,8	42	Eslovenia	1	0,3
13	Portugal	6	1,8	43	Ghana	1	0,3
14	Venezuela	6	1,8	44	Grecia	1	0,3
15	Canadá	5	1,5	45	Guatemala	1	0,3
16	Reino Unido	5	1,5	46	Honduras	1	0,3
17	Austria	4	1,2	47	Hong Kong	1	0,3
18	Ecuador	4	1,2	48	Indonesia	1	0,3
19	Polonia	4	1,2	49	Irlanda	1	0,3
20	Australia	3	0,9	50	Kazajstán	1	0,3
21	Emiratos Árabes Unidos	3	0,9	51	Kenia	1	0,3
22	Hungría	3	0,9	52	Liberia	1	0,3
23	Japón	3	0,9	53	Panamá	1	0,3
24	Marruecos	3	0,9	54	Polonia	1	0,3
25	Países Bajos	3	0,9	55	Qatar	1	0,3
26	Rumania	3	0,9	56	Serbia	1	0,3
27	Corea del Sur	2	0,6	57	Tailandia	1	0,3
28	Costa Rica	2	0,6	58	Túnez	1	0,3
29	Luxemburgo	2	0,6	59	Turquía	1	0,3
30	Noruega	2	0,6	60	Ucrania	1	0,3

Para comprender mejor el origen, en el Cuadro 3 se agrupan los países para su empleo en posteriores explotaciones del estudio de un modo más simplificado. El grupo mayoritario (130 personas) es el de los latinoamericanos con casi un 40 %, con México, Colombia, Argentina, Perú y Chile como países más representados. Debe tenerse en cuenta que en este grupo hay 7 personas, un 5,4 % del total, que son brasileños, por tanto, no hispanohablantes, pero sí con

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

### Madrid como observatorio

una evidente proximidad lingüística. El segundo grupo, casi igual en número total, es el de los europeos, con Francia, Italia y Alemania como países principales. Estados Unidos y Canadá aportan casi un 10 %, los asiáticos (incluyendo Oceanía) casi un 7 %, y el resto se reparte en África y Oriente medio.

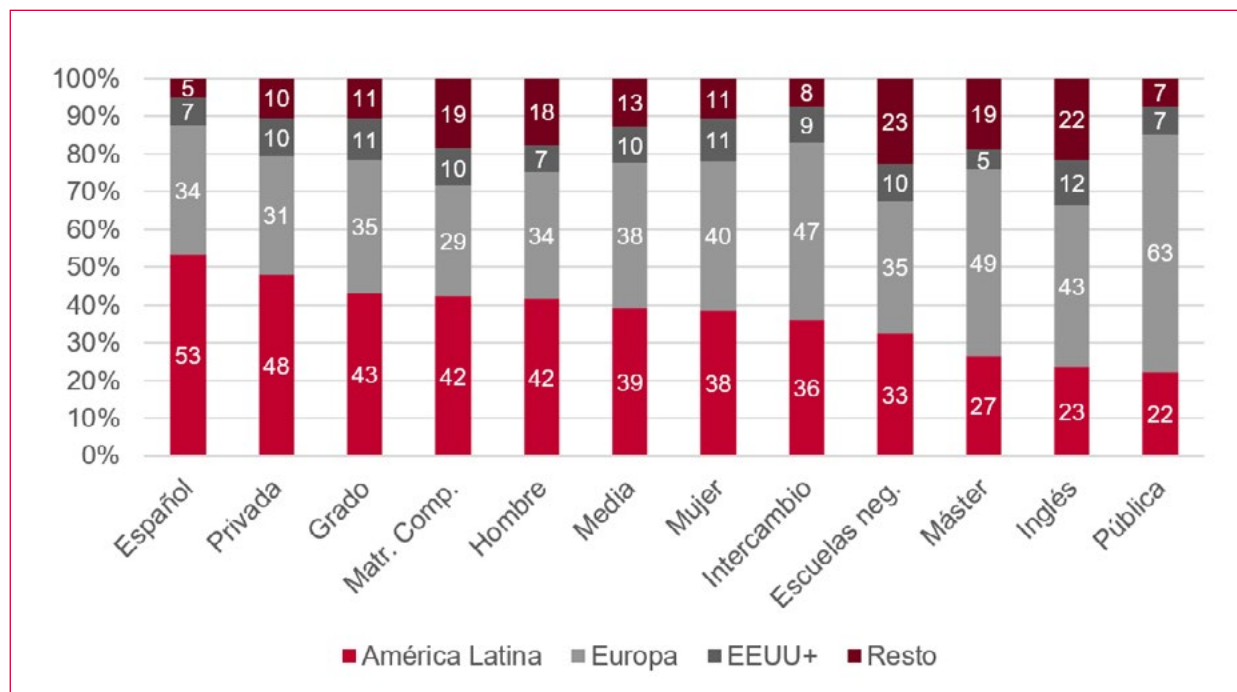
**Cuadro 3.**

#### Origen de los estudiantes por grandes regiones (valores absolutos y porcentajes)

	Frecuencia	%
<b>América Latina</b>	130	39,8
<b>Europa</b>	128	39,1
<b>EE. UU. y Canadá</b>	32	9,8
<b>Asia-Oceanía</b>	22	6,7
<b>África</b>	9	2,8
<b>Oriente medio</b>	6	1,8
<b>Válidos</b>	327	100,0
<b>NS/NC</b>	31	
<b>Total</b>	358	

**Gráfico 4.**

#### Origen de los estudiantes (porcentajes)



Los latinoamericanos predominan, principalmente entre los que estudian en español (53 %) y los que estudian en universidades privadas (48 %). También es muy importante su peso entre los que estudian grado (43 %), los hombres (42 %) y los que tienen matrícula completa (42 %) (Gráfico 4).

## Nivel de dominio del idioma español

Una segunda pregunta se refería a su dominio del español, tanto a su llegada (“¿Qué nivel de dominio del idioma español tenías al llegar a Madrid?”) como en el momento de contestar la encuesta (¿Qué nivel de dominio del idioma español tienes ahora?). Los resultados de las respuestas se recogen en el Cuadro 4, y muestran que ha habido una mejora, con aumentos en el peso de los niveles superiores (B2, C1 y C2) y caídas en los niveles inferiores, sobre todo en el más bajo (A1). El valor más alto en ambos momentos es el C2, lo cual es comprensible por el dato anterior, que situaba a América Latina como origen del 40 % de los estudiantes internacionales encuestados.

El gráfico 5 permite observar visualmente la mejora significativa en el dominio del idioma dentro de cada uno de los niveles iniciales. Los valores sobre la diagonal dan cuenta de los que han mejorado. Por ejemplo, entre los 71 estudiantes que llegaron con un nivel A1, un número considerable ha avanzado a niveles superiores: 18 alcanzaron A2, 10 llegaron a B1, 5 a B2 y algunos incluso lograron niveles C1 (2) y C2 (2). La trayectoria ascendente se repite para otros grupos, mostrando una progresión generalizada que permite destacar el aprendizaje del idioma como uno de los aspectos que pueden ser transformadores en la experiencia en Madrid. En cualquier caso, el gráfico también muestra cómo hay un colectivo dominante de los encuestados que ya dominaban el idioma al llegar, del que podemos suponer que una buena parte son los 123 latinoamericanos que venían de países hispanohablantes.

El Cuadro 5 profundiza en esta evolución mostrando el porcentaje de los que se quedan en el mismo nivel inicial (los que están en la diagonal) y los de aquellos que mejoran. Se observa que los porcentajes más altos de permanencia en un nivel se dan, en primer lugar, en los que vienen con un C1, de los que un 59 % se queda ya en ese nivel alto. También destacan los que vienen con A1, pues la mitad (48 %) se quedan en ese nivel, lo que indica un bajo esfuerzo para mejorar su dominio de la lengua española. En tercer lugar, entre los que vienen con B2 (recuérdese que es el nivel habitual que se pide para venir de intercambio a estudiar en español), un 43 % se queda en el nivel. Las mayores mejoras se dan en los que vienen con A2 y B1. En esos casos, solo un 22 % y un 16 %, respectivamente, permanece en el mismo nivel.

### Cuadro 4.

#### Nivel de dominio del idioma español al llegar y al contestar la encuesta (valores absolutos y porcentajes)

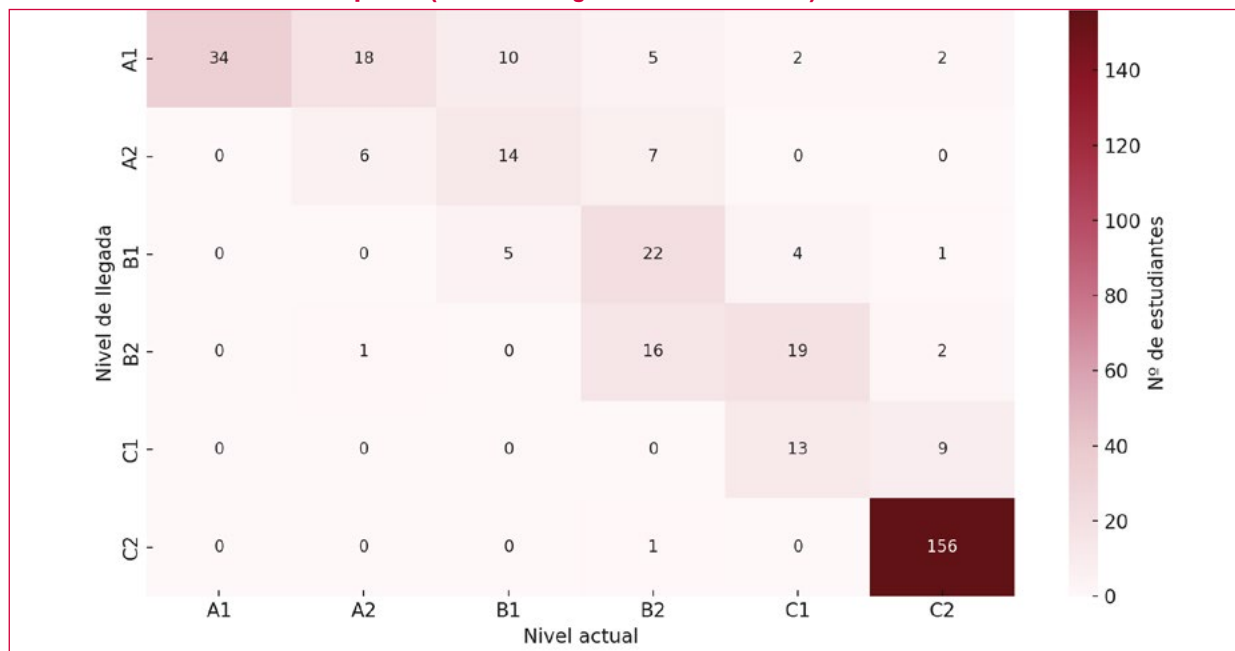
	Al llegar		Ahora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
A1	71	20,4	34	9,7
A2	27	7,8	26	7,4
B1	33	9,5	30	8,6
B2	38	10,9	51	14,6
C1	22	6,3	38	10,9
C2	157	45,1	170	48,7
Válidos	348	100,0	349	100,0
	10		9	
Total	358		358	

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

Madrid como observatorio

**Gráfico 5.**

**Evolución del dominio del español (nivel de llegada vs nivel actual)**



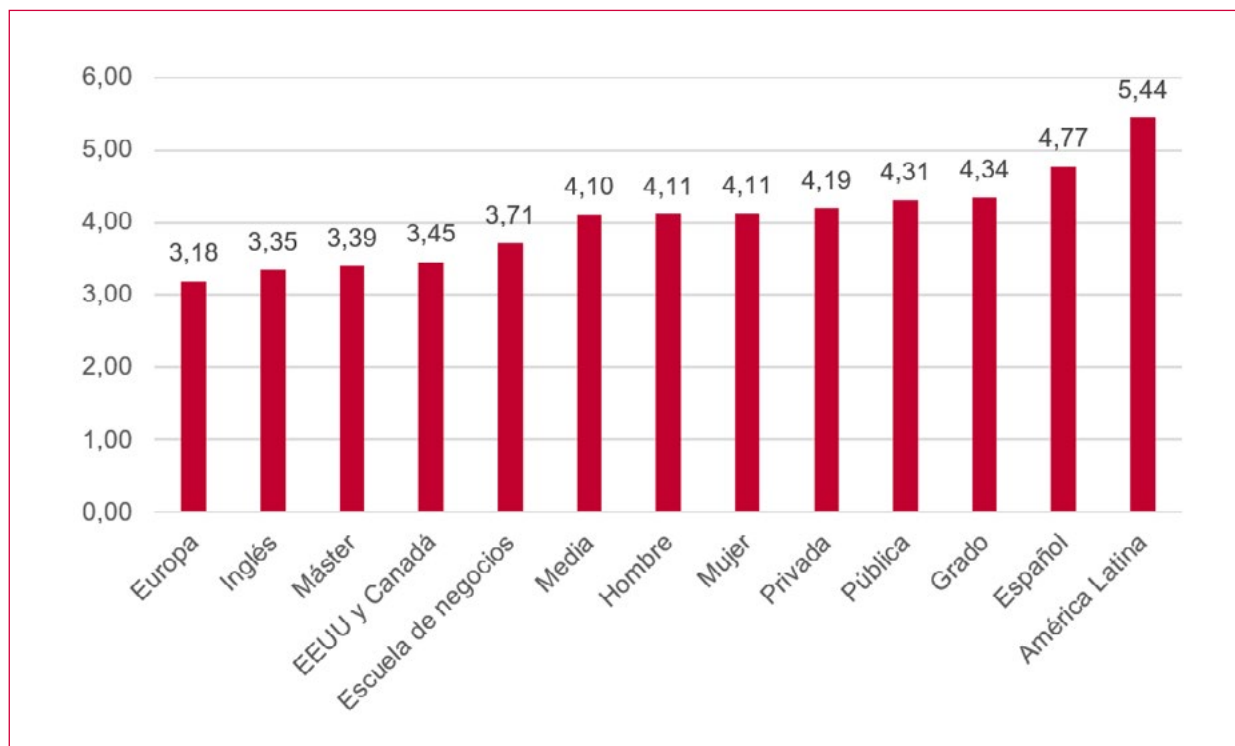
Para mostrar de manera sintética las diferencias en el nivel inicial de dominio del español entre colectivos se ha hecho una transformación de la variable, de modo que el nivel A1 equivale a 1 y el nivel C2, el más alto, equivale a 6. De esta manera se ha podido calcular (Gráfico 6) el valor medio por colectivos. La media del conjunto se sitúa en 4,10. El valor más alto, como cabía esperar, corresponde a los latinoamericanos, con 5,44, seguidos por los que estudian en español, con 4,77, cuya media está muy cerca del C1 (5). Algo más abajo, los que estudian grado (4,34) y en la pública (4,31), en ambos casos algo por encima del B2 (4). El valor más bajo de nivel inicial corresponde a los que vienen de Europa (3,18, muy cerca del B1 [3]), los que estudian en inglés (3,35), los alumnos de máster (3,39) y los que vienen de Estados Unidos y Canadá (3,45), seguidos por los que estudian en escuelas de negocios (3,71, más cerca del B2 [4]).

**Cuadro 5.**

**Evolución del nivel de dominio del español por nivel inicial (porcentajes)**

		¿Qué nivel de dominio del idioma español tienes ahora?						Total
		A1	A2	B1	B2	C1	C2	
¿Qué nivel de dominio del idioma español tenías al llegar a Madrid?	A1	48	25	14	7	3	3	100
	A2	0	22	52	26	0	0	100
	B1	0	0	16	69	13	3	100
	B2	0	0	0	43	51	5	100
	C1	0	0	0	0	59	41	100
	C2	0	0	0	0	0	100	100

**Gráfico 6.**  
**Nivel inicial por colectivos (media)**



Se ha calculado además una variable que convierte las 6 categorías del Marco Europeo (A1C2) en tres niveles: básico (A1B1), medioalto (B2C1) y avanzado (C2). Se ha utilizado esta transformación de la variable sobre el nivel inicial para explorar las diferencias en diversas variables entre los distintos niveles de dominio de la lengua española. Los resultados de cruzar esta variable con otras se mostrarán más adelante.

## Idioma de estudios

En línea con la pregunta referida al nivel de dominio del español, se indagaba también en otro aspecto complementario: “¿En qué idioma son tus estudios?”. En este caso, la muestra se dividía prácticamente en dos (Cuadro 6). Un 53 % recibía clases en español, mientras que el 47 % las recibía en inglés; es decir, casi la mitad de los estudiantes extranjeros encuestados en Madrid declara recibir clases en inglés.

El Gráfico 7 permite observar además la distribución de los idiomas de impartición por colectivos, donde resaltan los latinoamericanos (72 %) y los de intercambio (66 %) como los que tienen un mayor porcentaje de clases en español. Es también dominante entre los que están en universidades privadas (63 %) y los que estudian grado (61 %). Por el contrario, el inglés domina absolutamente entre los que estudian en escuelas de negocios (96 %) y los que estudian máster (78 %), además de los de matrícula completa (62 %) y, en menor medida, los de Estados Unidos y Canadá (59 %) y los europeos (54 %). Debe resaltarse que más de la mitad de los europeos que llegan reciben clases en inglés, lo que resta interés a su aprendizaje del idioma español.

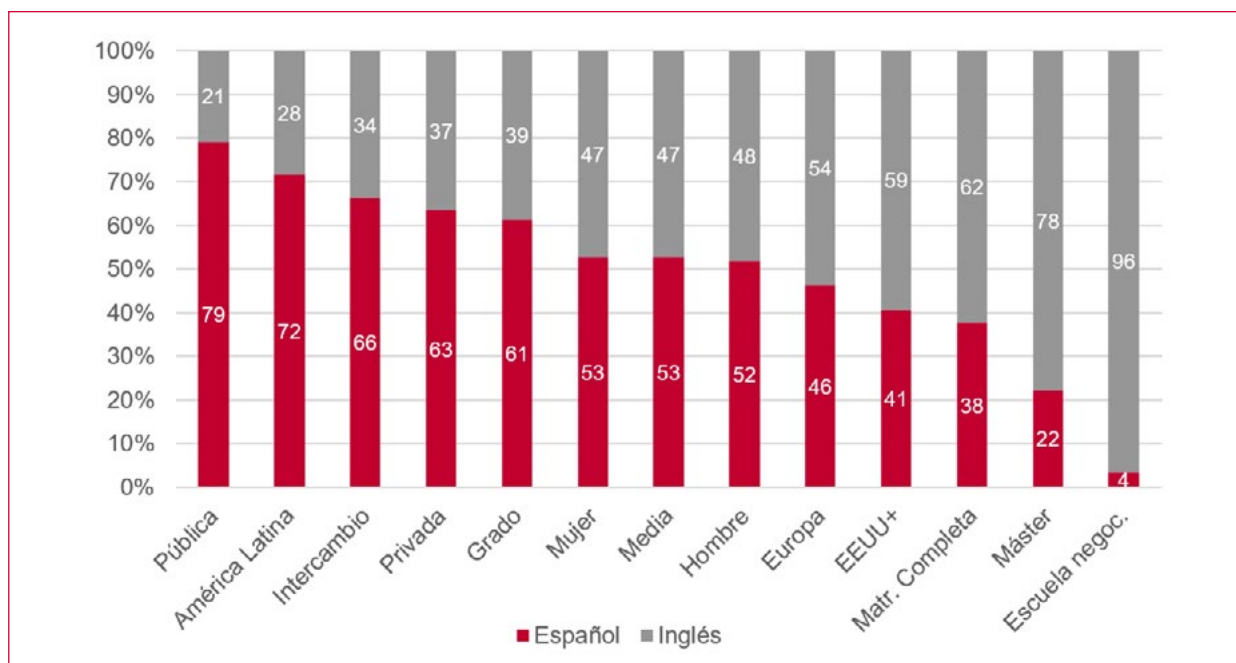
## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

Madrid como observatorio

**Cuadro 6.**  
**Idioma de enseñanza (frecuencias y porcentajes)**

	Frecuencia	%
<b>Español</b>	188	52,8
<b>Inglés</b>	168	47,2
<b>Válidos</b>	356	100,0
<b>NS/NC</b>	2	
<b>Total</b>	358	

**Gráfico 7.**  
**Idioma de los estudios (porcentajes)**



### Razones para elegir Madrid

Se les preguntaba también a los estudiantes “¿Por qué elegiste Madrid para venir a estudiar?”, y se les daba 9 dimensiones y, dentro de cada una, 5 opciones. Se consideró que estas dimensiones recogían las principales razones por las que Madrid tiene una importante capacidad de atracción. Están enunciadas en el Cuadro 7, que recoge los porcentajes de cada una de las opciones para cada una de las razones propuestas, y lo hace de forma ordenada según la que más porcentaje tiene de “Muy importante”. Una de las dimensiones se refería a que Madrid era la “capital del idioma español”, y esta fue, con diferencia, la menos citada en las respuestas. Los resultados dicen que esta capitalidad es algo importante (el 35 % dijo que muy importante y el 22 % que importante), pero este 57 % de respuestas positivas queda muy por debajo de los porcentajes de las otras dimensiones propuestas. No cabe ignorar que la idea de Madrid como “capital del español” ha podido resultar controvertida para una parte de los encuestados, y seguramente no haya recogido el propósito de subrayar la idea de una gran ciudad cosmopolita que se expresa cultural, económica y socialmente en español.

**Cuadro 7.**  
**¿Por qué eligiste Madrid para venir a estudiar? (porcentajes)**

	Muy importante	Importante	Ni importante, ni no importante	Poco importante	Nada importante	Válidos
Estilo/Calidad de vida	59	30	6	3	2	100
Cultura, ocio y gastronomía	57	26	9	5	3	100
Ubicación, conectividad con España y el mundo	53	25	13	5	3	100
Seguridad	53	32	10	3	2	100
Internacional y cosmopolita	49	32	13	4	2	100
Próspera, dinámica y llena de oportunidades	46	28	14	6	5	100
Acogedora	43	36	14	4	3	100
Entorno urbano y calidad ambiental	41	33	15	7	4	100
Capital del español	35	22	22	9	12	100

El gráfico 8 muestra estos mismos resultados con un código de colores que muestra verde oscuro a “Muy importante”, verde claro a “Importante”, amarillo a “Ni importante, ni no importante”, naranja a “Poco importante” y rojo a “Nada importante”, para ofrecer una lectura más directa. Aunque todas las propuestas aparecen como importantes (en todas “Muy importante” e “Importante” suman más del 50 %), algunas se destacan de manera especial. En particular, “estilo y calidad de vida”, que obtuvo la puntuación más alta. “Cultura, ocio y gastronomía” también desempeñaron un papel importante en las razones de los estudiantes. Igualmente con valoraciones muy altas se encuentra la dimensión “internacional y cosmopolita” y la “ubicación y conectividad con España y el mundo”. La “seguridad” fue un factor, con los anteriores, muy destacado. En un nivel ligeramente inferior, pero aún con valoraciones muy positivas, se encuentra el hecho de que Madrid sea percibida como una ciudad “acogedora”, “próspera, dinámica y llena de oportunidades”, y la valoración positiva de su “entorno urbano y calidad ambiental”. Finalmente, como ya se ha señalado, el hecho de que Madrid pueda ser considerada como capital del español fue el motivo con los valores más bajos, si bien, debe subrayarse, con una valoración en todo caso positiva. Esto sugiere que aunque la lengua pueda haber sido un criterio para algunos estudiantes, no fue el más decisivo para la mayoría. Muchos estudiantes ya eran hispanohablantes o valoran más la experiencia vital y académica que el componente lingüístico en sí.

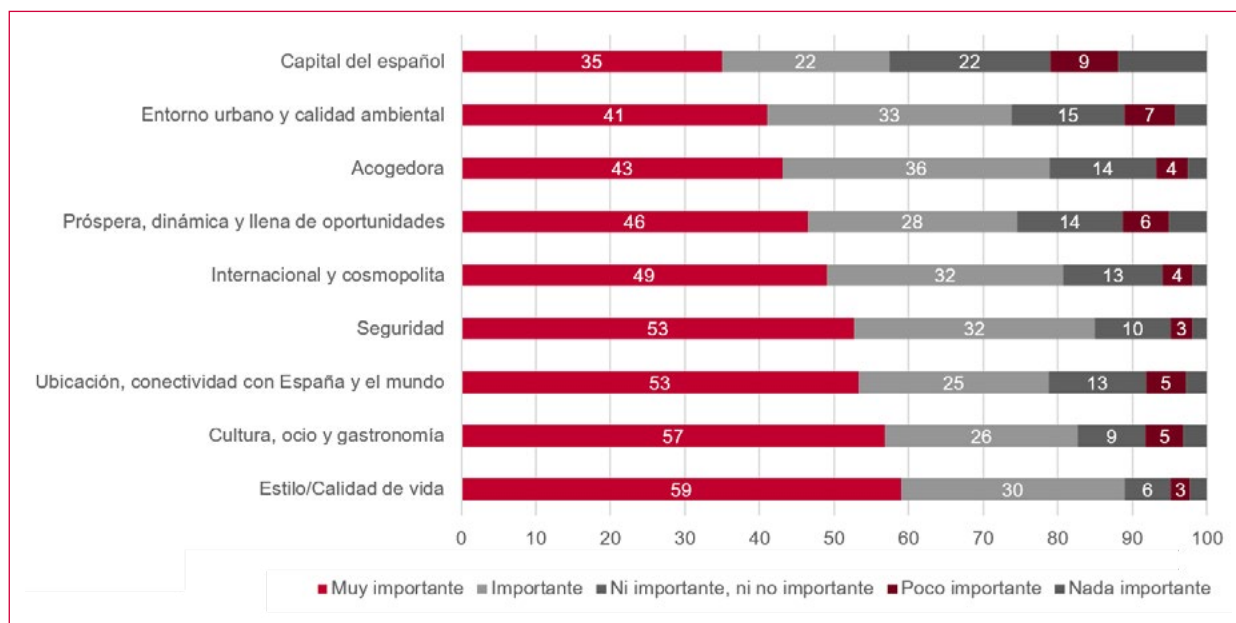
Se daba a los estudiantes la posibilidad de ofrecer otras razones que les habían movido a escoger Madrid para venir a estudiar. Un total de 105 estudiantes contestaron esta pregunta y los resultados, procesados con la ayuda de una IA, confirman las categorías anteriores y añaden otras, como razones académicas, familiares/de pareja, emocionales o muy específicas. En estas respuestas, el idioma español recibió 13 menciones. Este fue un motivo especialmente importante para estudiantes de América Latina, pero también para personas interesadas en

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

### Madrid como observatorio

aprender o perfeccionar el idioma. Algunos lo destacaron como ventaja por ser su lengua materna, lo que les facilitaba la adaptación, mientras que otros lo mencionaron como una motivación para mejorar su nivel. Se repiten frases como "El idioma!", "Porque quería desarrollar mi castellano, y aquí sería el sitio ideal!!", o "Idioma materno".

**Gráfico 8.**  
**¿Por qué elegiste Madrid para venir a estudiar? (porcentajes)**



Se han traducido las respuestas reflejadas en el Gráfico 8 a una escala numérica donde 1 es "Nada importante" y 5 "Muy importante", y se han calculado las medias del conjunto de las respuestas para cada una de las 9 opciones y cada uno de los 14 colectivos presentados anteriormente (Cuadro 8). Las medias permiten observar que los ítems más importantes en la toma de decisión son los mismos que resultaban del gráfico: estilo y calidad de vida (4,41), seguridad (4,31), cultura, ocio y gastronomía (4,28), internacional y cosmopolita (4,22) y ubicación (4,21). Como menos importante, "capital del español" (3,59), aunque con un valor alto, más cerca de Importante que de la categoría inferior.

Del mismo modo, se han calculado las medias para las respuestas de cada uno de los 14 colectivos considerados y se han dividido esas medias por la media del conjunto, de modo que valores superiores a 1 significan que el valor está por encima de la media y los valores inferiores a 1 lo contrario. A partir de esa ratio, se ha aplicado un código de colores que marca en blanco los valores cercanos a 1 (es decir, que el valor es similar a la media) y va marcando en verde, cada vez más intenso, los valores superiores a 1 (que aparecen cuando el valor es superior a la media). El verde más intenso se muestra cuando el valor es un 15 % o más que la media. De la misma manera, se muestran en rojo, cada vez más intenso, los valores menores a 1 (que aparecen cuando el valor es inferior a la media) (Cuadro 9).

En la mayor parte de las categorías los colores son blanco o muy pálidos, lo que indica que los valores están muy cercanos a las medias. Solo en "capital del español" se perciben diferencias más marcadas, siendo relativamente más importante para los estudiantes de Estados Unidos y Canadá y los que estudian en español y, en el otro extremo, menos importante para los que estudian en inglés o los que asisten a las escuelas de negocios (con clases también en inglés).

**Cuadro 8.**  
**Razones para elegir Madrid (medias)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Interna-cional	Capital del español	Entorno calidad	Próspera	Cultura ocio
Hombre	4,24	4,08	4,01	4,12	4,20	3,49	3,90	3,97	4,28
Mujer	4,50	4,42	4,18	4,25	4,23	3,66	4,04	4,08	4,28
América Latina	4,52	4,54	4,25	4,40	4,38	3,61	4,15	4,25	4,46
Europa	4,41	4,14	4,12	3,98	4,07	3,61	3,87	4,01	4,22
EE. UU. y Canadá	4,31	4,47	4,06	4,44	4,28	4,00	3,84	3,75	4,34
Grado	4,45	4,34	4,15	4,27	4,22	3,64	4,01	4,12	4,31
Máster	4,24	4,16	4,01	3,98	4,16	3,39	3,89	3,74	4,16
Matrícula completa	4,29	4,28	4,07	4,05	4,17	3,48	3,96	3,96	4,24
Intercambio	4,52	4,33	4,18	4,36	4,26	3,70	4,03	4,13	4,32
Español	4,48	4,36	4,14	4,37	4,31	3,89	4,14	4,26	4,39
Inglés	4,33	4,25	4,11	4,02	4,11	3,28	3,84	3,82	4,16
Escuela de negocios	4,40	4,29	4,25	4,11	4,27	3,25	3,89	3,82	4,19
Privada	4,40	4,36	4,11	4,22	4,19	3,68	4,02	4,12	4,37
Pública	4,43	4,20	4,04	4,30	4,22	3,77	4,05	4,10	4,17
Media	4,41	4,31	4,13	4,21	4,22	3,59	3,99	4,05	4,28

**Cuadro 9.**  
**Razones para elegir Madrid (ratio respecto a la media)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Interna-cional	Capital del español	Entorno calidad	Próspera	Cultura ocio
Hombre	0,96	0,95	0,97	0,98	1,00	0,97	0,98	0,98	1,00
Mujer	1,02	1,03	1,01	1,01	1,00	1,02	1,01	1,01	1,00
América Latina	1,02	1,05	1,03	1,04	1,04	1,01	1,04	1,05	1,04
Europa	1,00	0,96	1,00	0,95	0,97	1,00	0,97	0,99	0,99
EE. UU. y Canadá	0,98	1,04	0,99	1,05	1,01	1,11	0,96	0,93	1,01
Grado	1,01	1,01	1,00	1,01	1,00	1,01	1,00	1,02	1,01
Máster	0,96	0,97	0,97	0,94	0,99	0,94	0,97	0,92	0,97
Matrícula completa	0,97	0,99	0,99	0,96	0,99	0,97	0,99	0,98	0,99
Intercambio	1,03	1,00	1,01	1,04	1,01	1,03	1,01	1,02	1,01
Español	1,02	1,01	1,00	1,04	1,02	1,08	1,04	1,05	1,03
Inglés	0,98	0,99	1,00	0,96	0,98	0,91	0,96	0,94	0,97
Escuela de negocios	1,00	1,00	1,03	0,98	1,01	0,90	0,97	0,95	0,98
Privada	1,00	1,01	1,00	1,00	0,99	1,02	1,01	1,02	1,02
Pública	1,01	0,97	0,98	1,02	1,00	1,05	1,01	1,01	0,97
Media	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

### Lo mejor de la experiencia en Madrid

En la encuesta se preguntaba también a los estudiantes: “¿Qué ha sido lo mejor de tu experiencia en Madrid?”, y se les daban de nuevo las nueve dimensiones anteriores y, dentro de cada una, 5 opciones, desde “Muy importante” a “Nada importante”. Las 9 dimensiones pueden encontrarse en el Cuadro 10, que recoge los porcentajes de cada una de las opciones para cada una de las razones propuestas, y lo hace de forma ordenada según la que más porcentaje tiene de “Muy importante”.

#### Cuadro 10.

#### ¿Qué ha sido lo mejor de tu experiencia en Madrid? (porcentajes)

	Muy importante	Importante	Ni importante, ni no importante	Poco importante	Nada importante	Válidos
Estilo/Calidad de vida	59	33	5	2	1	100
Cultura, ocio y gastronomía	59	29	6	5	1	100
Ubicación, conectividad con España y el mundo	57	31	7	2	3	100
Seguridad	50	34	10	2	3	100
Internacional y cosmopolita	46	34	14	4	3	100
Próspera, dinámica y llena de oportunidades	42	32	14	7	6	100
Acogedora	42	37	13	6	2	100
Entorno urbano y calidad ambiental	42	39	13	3	3	100
Capital del español	34	24	22	7	12	100

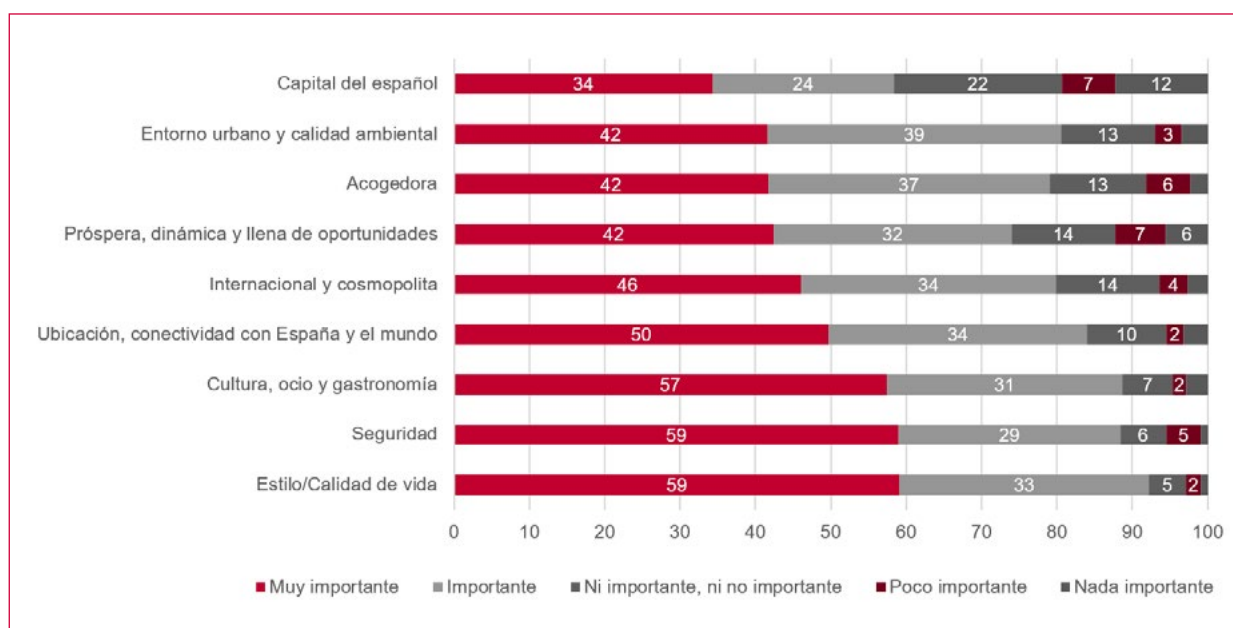
El gráfico 9 muestra los resultados con un código de colores como el anterior: verde oscuro a “Muy importante”, verde claro a “Importante”, amarillo a “Ni importante, ni no importante”, naranja a “Poco importante” y rojo a “Nada importante”. De esta forma, de manera intuitiva se puede relacionar más verde y un verde más oscuro con una mayor importancia.

Los resultados son muy similares a los obtenidos cuando se preguntaba por las razones para venir a estudiar, pudiendo considerarse aquellas como las expectativas y estas como su contraste con la realidad. Aunque todas las propuestas aparecen como importantes (en todas “muy importante” e “importante” suman más del 55 %), el ser “capital del idioma español” aparece de nuevo aquí como la menos valorada (34 % “muy importante” y 24 % “importante”), mientras que algunas otras se destacan de manera especial.

Los datos sobre lo mejor de la experiencia en Madrid reflejan una valoración muy positiva del “estilo y calidad de vida”, donde las respuestas “muy importante” e “importante” suman el 92 % del total. Le siguen de cerca la “seguridad” (88 %) y, con idéntica suma, la “cultura, el ocio y la gastronomía” (88 %). En un segundo nivel, aunque también con valores elevados, se sitúan

la “ubicación y conectividad” (84 %) y el carácter “internacional y cosmopolita” de la ciudad (80 %). También destacan positivamente la percepción de una ciudad “acogedora” (79 %) y el “entorno urbano y calidad ambiental” (81 %). En cambio, los aspectos que han recibido puntuaciones relativamente más moderadas son el carácter de Madrid como ciudad “próspera, dinámica y llena de oportunidades” (74 %) y, sobre todo, su papel como “capital del español” (58 %).

**Gráfico 9.**  
**¿Qué ha sido lo mejor de tu experiencia en Madrid? (porcentajes)**



Aunque estos aspectos no son mal valorados, sí reciben relativamente más respuestas “poco importante” y “nada importante”, y su posición relativa sugiere que, para muchos estudiantes, otras motivaciones culturales, de estilo de vida y de seguridad pesan bastante más que la perspectiva lingüística.

Se han transformado las respuestas, de modo que “Nada importante” corresponde con un 1 y “Muy importante” con un 5, y se han calculado medias para cada una de las 9 categorías propuestas, para el total y también para los 14 colectivos que aquí se consideran (Cuadro 11). Para tener una interpretación más directa de los resultados se han calculado las ratios de cada colectivo respecto a la media y se ha empleado el mismo código de colores que anteriormente, de modo que los valores más bajos que la media aparecen con rojos, y más rojos cuanto más inferiores. Del mismo modo, los valores superiores a la media aparecen en verde, más intenso cuanto más superan los valores la media (Cuadro 12). En general, puede decirse que los tonos son, en su gran mayoría, muy pálidos, lo que indica que no hay diferencias grandes entre colectivos. Las únicas variables donde sí hay algunas diferencias son la relativa a la capitalidad del español y al carácter de próspera, dinámica y llena de oportunidades. En la primera, que es la que más nos interesa ahora, se observa que esta razón, siendo en conjunto relativamente poco importante, lo es más para los estudiantes procedentes de Estados Unidos y Canadá, mientras que no es tan relevante para los que vienen a escuelas de negocios.

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

Madrid como observatorio

**Cuadro 11.**

**Qué es lo mejor de Madrid (medias)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Interna-cional	Capital del español	Entorno calidad	Próspera	Cultura ocio
Hombre	4,54	4,21	4,00	4,18	4,17	3,53	4,18	3,89	4,38
Mujer	4,53	4,50	4,15	4,28	4,16	3,65	4,08	4,03	4,38
América Latina	4,59	4,56	4,18	4,40	4,26	3,57	4,27	4,12	4,54
Europa	4,40	4,27	4,02	4,13	4,02	3,60	3,94	3,91	4,26
EE. UU. y Canadá	4,75	4,53	4,03	4,38	4,28	3,97	3,94	3,88	4,56
Grado	4,54	4,38	4,10	4,30	4,22	3,69	4,11	4,09	4,41
Máster	4,43	4,45	4,04	4,05	3,97	3,32	4,09	3,64	4,29
Matrícula completa	4,53	4,40	4,07	4,16	4,17	3,54	4,12	3,88	4,37
Intercambio	4,53	4,42	4,13	4,33	4,17	3,67	4,11	4,07	4,40
Español	4,50	4,39	4,14	4,38	4,25	3,76	4,18	4,17	4,40
Inglés	4,62	4,44	4,06	4,11	4,08	3,44	4,04	3,78	4,37
Escuela de negocios	4,73	4,49	4,17	4,17	4,21	3,26	4,05	3,68	4,39
Privada	4,52	4,43	4,08	4,30	4,15	3,73	4,18	4,11	4,39
Pública	4,46	4,29	4,08	4,23	4,18	3,71	4,05	4,03	4,36
Media	4,53	4,41	4,10	4,25	4,17	3,61	4,12	3,99	4,39

**Cuadro 12.**

**Qué es lo mejor de Madrid (ratios)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Interna-cional	Capital del español	Entorno calidad	Próspera	Cultura ocio
Hombre	1,00	0,96	0,98	0,98	1,00	0,98	1,02	0,98	1,00
Mujer	1,00	1,02	1,01	1,01	1,00	1,01	0,99	1,01	1,00
América Latina	1,01	1,03	1,02	1,03	1,02	0,99	1,04	1,03	1,03
Europa	0,97	0,97	0,98	0,97	0,96	1,00	0,96	0,98	0,97
EE. UU. y Canadá	1,05	1,03	0,98	1,03	1,03	1,10	0,96	0,97	1,04
Grado	1,00	0,99	1,00	1,01	1,01	1,02	1,00	1,03	1,01
Máster	0,98	1,01	0,98	0,95	0,95	0,92	0,99	0,91	0,98
Matrícula completa	1,00	1,00	0,99	0,98	1,00	0,98	1,00	0,97	1,00
Intercambio	1,00	1,00	1,01	1,02	1,00	1,02	1,00	1,02	1,00
Español	0,99	1,00	1,01	1,03	1,02	1,04	1,02	1,05	1,00
Inglés	1,02	1,01	0,99	0,97	0,98	0,95	0,98	0,95	1,00
Escuela de negocios	1,04	1,02	1,02	0,98	1,01	0,90	0,98	0,92	1,00
Privada	1,00	1,00	1,00	1,01	1,00	1,03	1,01	1,03	1,00
Pública	0,98	0,97	0,99	0,99	1,00	1,03	0,98	1,01	0,99
Media	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

## Lo peor de la experiencia en Madrid

Se pedía también a los estudiantes internacionales que valoraran lo peor de su experiencia en Madrid. La pregunta era: “¿Qué ha sido lo peor de tu experiencia en Madrid?”, y se les daban seis dimensiones y, dentro de cada una, como en preguntas anteriores, cinco opciones, desde “Muy importante” a Nada importante”. Las seis dimensiones son temas que aparecen de manera recurrente en los testimonios de estudiantes internacionales, y aparecen reflejadas en el Cuadro 13, que recoge los porcentajes de cada una las opciones para cada una de las razones propuestas, de forma ordenada según la que más porcentaje tiene de “Muy importante”.

### Cuadro 13.

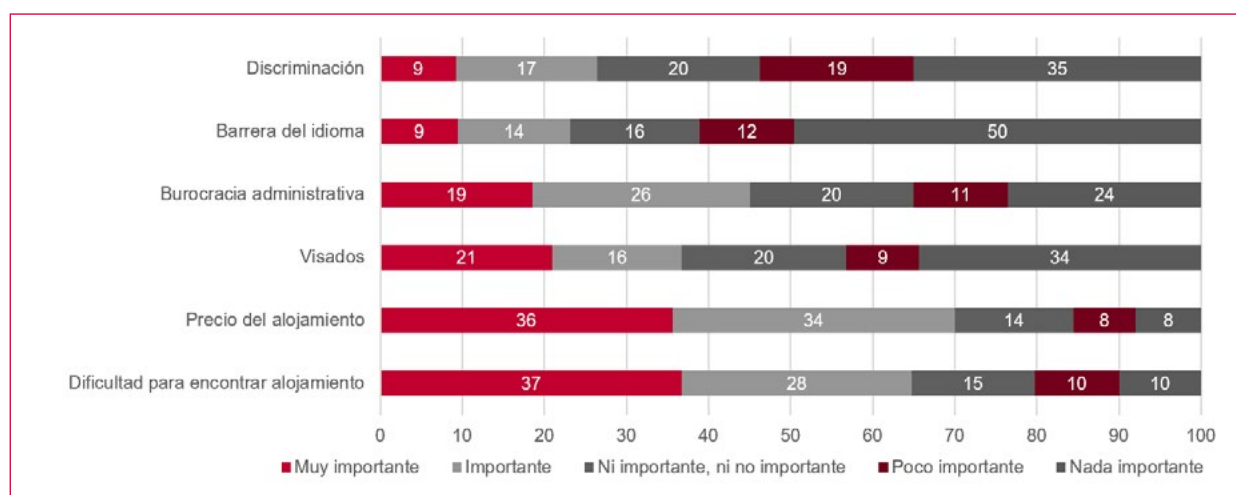
#### ¿Qué ha sido lo peor de tu experiencia en Madrid? (porcentajes)

	Muy importante	Importante	Ni importante, ni no importante	Poco importante	Nada importante	Válidas
Dificultad para encontrar alojamiento	37	28	15	10	10	100
Precio del alojamiento	36	34	14	8	8	100
Visados	21	16	20	9	34	100
Burocracia administrativa	19	26	20	11	24	100
Barrera del idioma	9	14	16	12	50	100
Discriminación	9	17	20	19	35	100

El gráfico 10 lo muestra con un código de colores, pero en sentido inverso al de gráficos anteriores, por cuanto se está hablando de problemas; de esta manera, se marca con verde oscuro a “Nada importante”, verde claro a “Poco importante”, amarillo a “Ni importante, ni no importante”, naranja a “importante” y rojo a “Muy importante”. Así, de manera intuitiva se puede relacionar más verde y un verde más oscuro con una menor importancia de este problema y el rojo con una mayor importancia.

### Gráfico 10.

#### ¿Qué ha sido lo peor de tu experiencia en Madrid? (porcentajes)



## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

### Madrid como observatorio

Los dos aspectos más problemáticos que señalan los estudiantes están claramente relacionados con la vivienda. La “dificultad para encontrar alojamiento” y el “precio del alojamiento” obtuvieron la valoración alta, ambas con más de un 60 % de “muy importante” o “importante”. En tercer lugar, aparece la burocracia administrativa, donde un 45 % de ellos indicaron que era importante o muy importante. La cuestión de los visados fue percibida como importante o muy importante por casi un 40 %. Los dos aspectos menos problemáticos, a tenor de las respuestas, fueron la discriminación, con 27 %, y, sobre todo, la “barrera del idioma”, con un 23 %. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes no consideró la “barrera del idioma” como un obstáculo significativo en su experiencia. No obstante, el hecho de que haya algunas puntuaciones altas en estos ítems sugiere que ciertos estudiantes sí vivieron situaciones incómodas con la lengua, aunque en general no son predominantes. Tampoco apareció la barrera del idioma como un obstáculo significativo en las respuestas abiertas.

Cuando se consideran los distintos colectivos que respondieron a la encuesta, se observa que, con ser poco importante la “barrera del idioma” para todos los colectivos, es aún menos importante para los latinoamericanos –lógicamente– o los que estudian en español, mientras que, sin ser importante, resulta relativamente más relevante para los de Estados Unidos y Canadá, los que estudian en inglés y los estudiantes de máster (Cuadros 14 y 15).

#### Cuadro 14.

##### Qué es lo peor de su experiencia en Madrid (medias)

	Precio alojamiento	Dificultad alojamiento	Visados	Barrera del idioma	Burocracia	Discriminación
Hombre	3,75	3,65	2,92	2,25	3,23	2,64
Mujer	3,84	3,73	2,76	2,22	2,97	2,41
América Latina	3,95	3,97	3,46	1,49	3,13	2,67
Europa	3,78	3,64	1,90	2,45	2,75	2,08
EE. UU. y Canadá	3,32	3,23	3,00	3,00	3,07	2,48
Grado	3,76	3,69	2,77	2,08	2,89	2,47
Máster	4,03	3,83	2,90	2,59	3,52	2,47
Matrícula completa	3,80	3,76	3,03	2,31	3,37	2,66
Intercambio	3,82	3,68	2,60	2,15	2,75	2,30
Español	3,73	3,56	2,82	1,89	2,93	2,39
Inglés	3,93	3,88	2,79	2,59	3,19	2,57
Escuela de negocios	3,96	3,73	3,09	2,27	3,48	2,56
Privada	3,73	3,78	2,81	2,12	2,92	2,49
Pública	3,88	3,53	2,49	2,38	2,88	2,33
Media	3,82	3,71	2,80	2,22	3,05	2,47

**Cuadro 15.**  
**Qué es lo peor de su experiencia en Madrid (ratios)**

	Precio alojamiento	Dificultad alojamiento	Visados	Barrera del idioma	Burocracia	Discriminación
Hombre	0,98	0,98	1,04	1,01	1,06	1,07
Mujer	1,00	1,00	0,98	1,00	0,97	0,98
América Latina	1,03	1,07	1,24	0,67	1,03	1,08
Europa	0,99	0,98	0,68	1,11	0,90	0,84
EE. UU. y Canadá	0,87	0,87	1,07	1,35	1,01	1,01
Grado	0,98	0,99	0,99	0,94	0,95	1,00
Máster	1,05	1,03	1,03	1,17	1,15	1,00
Matrícula completa	0,99	1,01	1,08	1,04	1,10	1,08
Intercambio	1,00	0,99	0,93	0,97	0,90	0,93
Español	0,98	0,96	1,01	0,85	0,96	0,97
Inglés	1,03	1,05	1,00	1,17	1,05	1,04
Escuela de negocios	1,04	1,01	1,10	1,02	1,14	1,04
Privada	0,98	1,02	1,00	0,96	0,96	1,01
Pública	1,02	0,95	0,89	1,07	0,95	0,95
Media	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

### Trabajar en Madrid en el futuro

Se preguntó a los estudiantes si tenían intención de volver a Madrid en el futuro y 53 expresaron su deseo de volver a Madrid a trabajar. A estos 53 se les preguntó textualmente: “¿Por qué te gustaría trabajar en Madrid en el futuro?”, con las 9 categorías planteadas anteriormente en las preguntas sobre las razones para venir a estudiar a Madrid y sobre lo mejor de su experiencia. Así, se les pidió que valoraran su importancia entre “Muy importante” y “Nada importante”. Las nueve categorías pueden encontrarse en el Cuadro 16, que recoge los porcentajes y está ordenado en función de qué categoría obtiene mayor porcentaje de respuestas “muy importante”.

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

Madrid como observatorio

**Cuadro 16.**

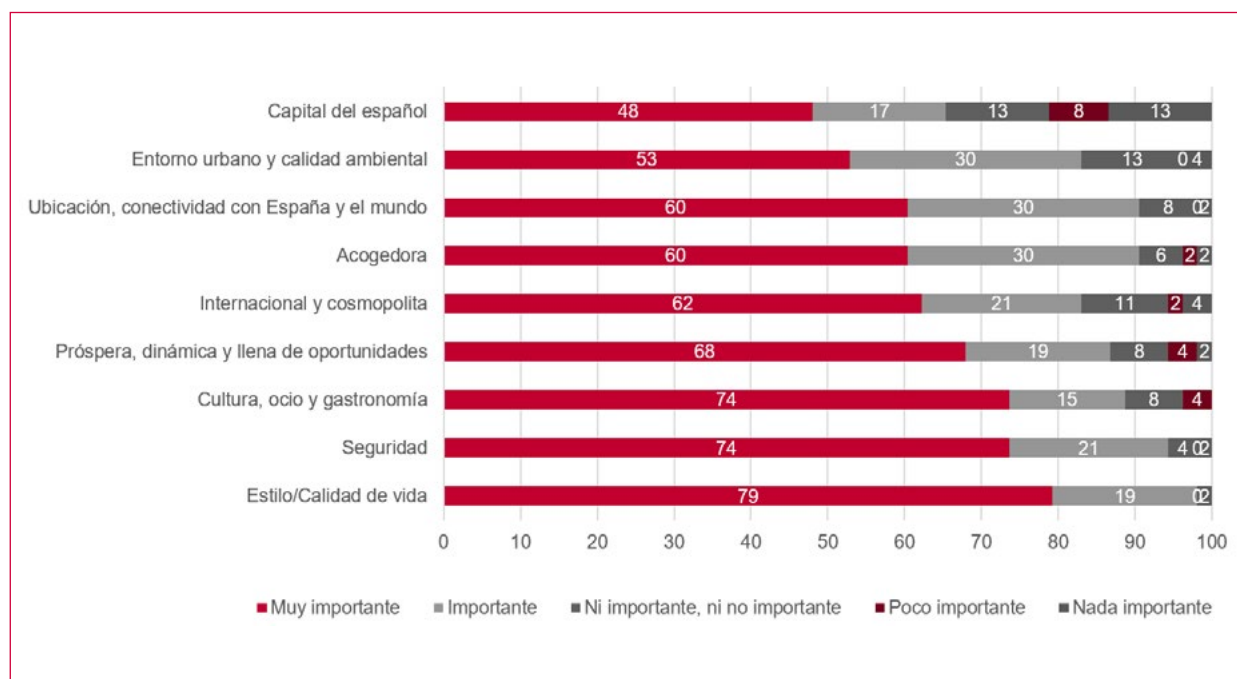
**¿Por qué te gustaría trabajar en Madrid en el futuro? (porcentajes)**

	Muy importante	Importante	Ni importante, ni no importante	Poco importante	Nada importante
Estilo/Calidad de vida	79	19	0	0	2
Seguridad	74	21	4	0	2
Cultura, ocio y gastronomía	74	15	8	4	0
Próspera, dinámica y llena de oportunidades	68	19	8	4	2
Internacional y cosmopolita	62	21	11	2	4
Acogedora	60	30	6	2	2
Ubicación, conectividad con España y el mundo	60	30	8	0	2
Entorno urbano y calidad ambiental	53	30	13	0	4
Capital del español	48	17	13	8	13

El Gráfico 11 utiliza el mismo código de colores ya utilizado anteriormente. Todas las dimensiones aparecen con más del 80 % de respuestas “importante” o “muy importante”, salvo, una vez más, el carácter de “capital del idioma español”, que, aunque resulta también importante (48 % de “muy importante” y 17 % de “importante”), la suma de ambas categorías llega solo al 65 %, con un 13 % que dice que no fue “nada importante”.

**Gráfico 11.**

**¿Por qué te gustaría trabajar en Madrid en el futuro? (porcentajes)**



Como se puede observar, el factor más decisivo para estos estudiantes es el “estilo y calidad de vida” en Madrid, con un 98 % que dijo que era importante o muy importante, seguida por la “seguridad”, con una media del 95 %, y la dimensión de “cultura, ocio y gastronomía”, que fue igualmente muy valorada (89 %).

## Qué hacer para atraer más talento internacional

A los estudiantes que expresaron su deseo de venir a trabajar a Madrid en el futuro se les preguntó textualmente: “¿Qué crees que debe hacer Madrid para atraer más talento internacional?”, ofreciéndose como opciones 5 categorías que se consideraron básicas, entre ellas, “Facilitar el aprendizaje del idioma”. Las restantes categorías pueden encontrarse en el Cuadro 17, que recoge los porcentajes y está ordenado en función de qué categoría obtiene más porcentaje de respuestas “muy importante”, utilizando el mismo código de colores previo. Todas las dimensiones aparecen con más del 60 % de respuestas “importante” o “muy importante”.

No obstante, como no podía ser de otra manera en un grupo interesado en venir a trabajar, dos factores asociados al mercado laboral aparecen destacados. El primero, la necesidad de “mejorar el acceso al empleo”, con un 100 % de “importante” y “muy importante” y, muy cerca, aparece la necesidad de “mejorar el acceso a la vivienda”, con un 98 %. También expresan la importancia de “salarios más competitivos” (91 %).

### Cuadro 17.

#### ¿Qué crees que debe hacer Madrid para atraer más talento internacional? (porcentajes)

	Muy importante	Importante	Ni importante, ni no importante	Poco importante	Nada importante	Válidas
Salarios más competitivos	74	17	8	2	0	100
Mejorar acceso a empleo	74	26	0	0	0	100
Mejorar acceso a la vivienda	70	28	2	0	0	100
Facilitar visados	35	35	23	6	2	100
Facilitar aprendizaje del idioma	32	30	30	6	2	100

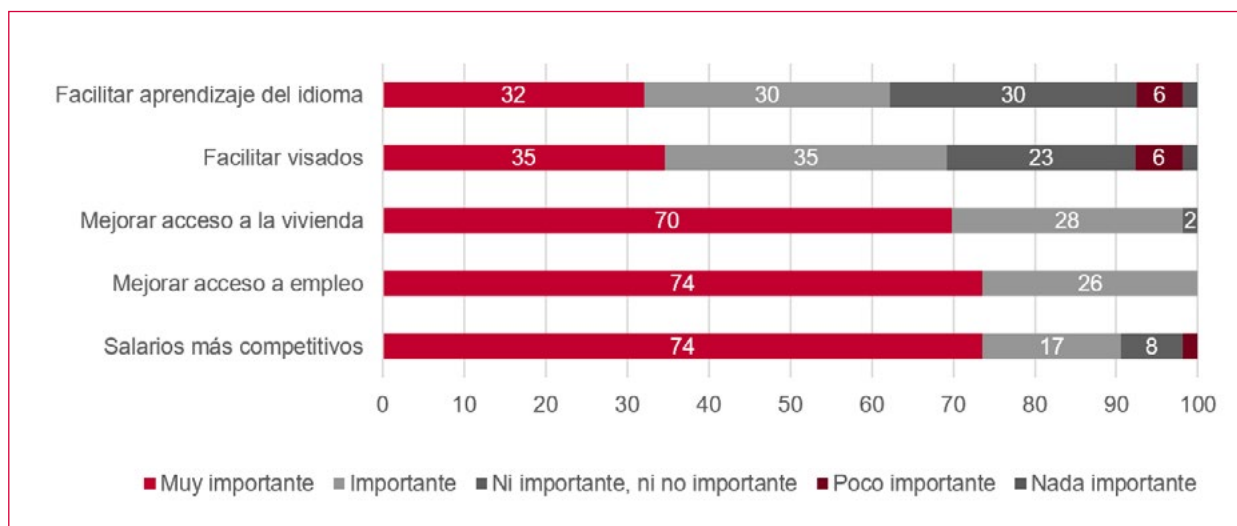
Este aspecto ha estado también presente en la encuesta, en la parte dedicada a explorar lo peor de su experiencia en Madrid. Aquí, los estudiantes subrayan que, sin soluciones habitacionales asequibles y estables, es difícil plantearse un proyecto de vida en la ciudad. Las condiciones del mercado de alquiler, los precios elevados y la escasa oferta adaptada a jóvenes internacionales se perciben como un freno muy serio para cualquier plan a medio plazo. En un nivel claramente inferior, aunque asimismo relevante, se sitúan las cuestiones de “facilitar los visados” y “facilitar el aprendizaje del idioma”. Ambos factores, si bien no tanto como los anteriores, se consideran importantes para ampliar las posibilidades de permanencia y desarrollo profesional de los estudiantes internacionales. En cuanto al idioma, los estudiantes valoran la posibilidad de mejorar su español como parte de su integración, aunque lo colocan en un segundo plano frente a las cuestiones estructurales de empleo y vivienda. El Gráfico 12 ofrece esta misma información utilizando el código de colores que se ha utilizado anteriormente para facilitar la interpretación de los datos.

## Estudiantes extranjeros: el español, factor de atracción y valor añadido

Madrid como observatorio

**Gráfico 12.**

**¿Qué crees que debe hacer Madrid para atraer más talento internacional? (porcentajes)**



### Valoración de la experiencia, satisfacción, percepción de apertura e integración y disposición a recomendar por nivel de dominio inicial

Se utiliza en este apartado la variable transformada a partir del nivel inicial de dominio del idioma español, con el fin de presentar las diferencias que hay en unas y otras variables respecto a este nivel inicial.

#### Lo mejor

Tal como se ha presentado antes, se preguntó a los encuestados qué había sido lo mejor de su experiencia en Madrid, con 9 categorías, y con respuestas que abarcan desde “nada importante”, que ha sido aquí codificado como 1, hasta “muy importante, codificado como 5. Se presentan aquí los resultados en función del nivel inicial de dominio del idioma español. Ya se dijo que la categoría “capital del idioma español”, con ser importante, fue la menos valorada. Aquí lo que puede observarse es que las diferencias respecto a la media de los tres grupos considerados son mínimas, apenas un 1 % arriba o abajo (Cuadros 18 y 19). Por tanto, puede afirmarse que es la categoría relativamente menos importante para todos los grupos de dominio inicial del idioma considerados.

**Cuadro 18.**

**Lo mejor de tu experiencia en Madrid (medias)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Internacional	Capital del español	Entorno	Próspera	Cultura ocio
A1-B1	4,43	4,38	3,91	4,18	4,03	3,64	4,04	3,81	4,30
B2-C1	4,61	4,34	4,05	4,08	4,22	3,63	4,02	3,81	4,22
C2	4,54	4,46	4,28	4,40	4,31	3,59	4,20	4,22	4,55
Media	4,54	4,41	4,10	4,26	4,19	3,61	4,11	3,99	4,39

**Cuadro 19.**

**Lo mejor de tu experiencia en Madrid (ratios)**

	Estilo calidad	Seguridad	Acogedora	Ubicación	Interna-cional	Capital del español	Entorno	Próspera	Cultura ocio
A1-B1	0,98	0,99	0,95	0,98	0,96	1,01	0,98	0,95	0,98
B2-C1	1,02	0,99	0,99	0,96	1,01	1,00	0,98	0,95	0,96
C2	1,00	1,01	1,04	1,03	1,03	0,99	1,02	1,06	1,03
Media	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

**Lo peor**

Del mismo modo, se preguntó a los encuestados qué había sido lo peor de su experiencia en Madrid, con seis categorías, y con opciones de respuesta que van desde “nada importante”, que ha sido aquí codificado como 1, hasta “muy importante, codificado como 5. Se presentan los resultados en función del nivel inicial de dominio del idioma español. La categoría “barrera del idioma” aparece como la menos importante, con una media de 2,21, muy cercana a “poco importante” (2). Aquí lo que puede observarse es que las diferencias respecto a la media de los tres grupos considerados son muy relevantes (Cuadros 20 y 21). Para los de nivel básico de dominio el idioma es una barrera relativamente más importante, con un 3,10 (muy cerca de “ni importante, ni no importante”, que corresponde con un 3). Por el contrario, para los de nivel C2 la media es un 1,46, más cerca de 1 (“nada importante”).

**Cuadro 20.**

**Lo peor de tu experiencia en Madrid (medias)**

	Precio alojamiento	Dificultad alojamiento	Visados	Barrera del idioma	Burocracia	Discriminación
A1-B1	3,70	3,58	2,81	3,10	3,21	2,45
B2-C1	3,80	3,48	2,16	2,20	2,75	2,21
C2	3,91	3,87	3,05	1,46	2,97	2,54
Media	3,81	3,70	2,81	2,21	3,03	2,45

**Cuadro 21.**

**Lo peor de tu experiencia en Madrid (ratios)**

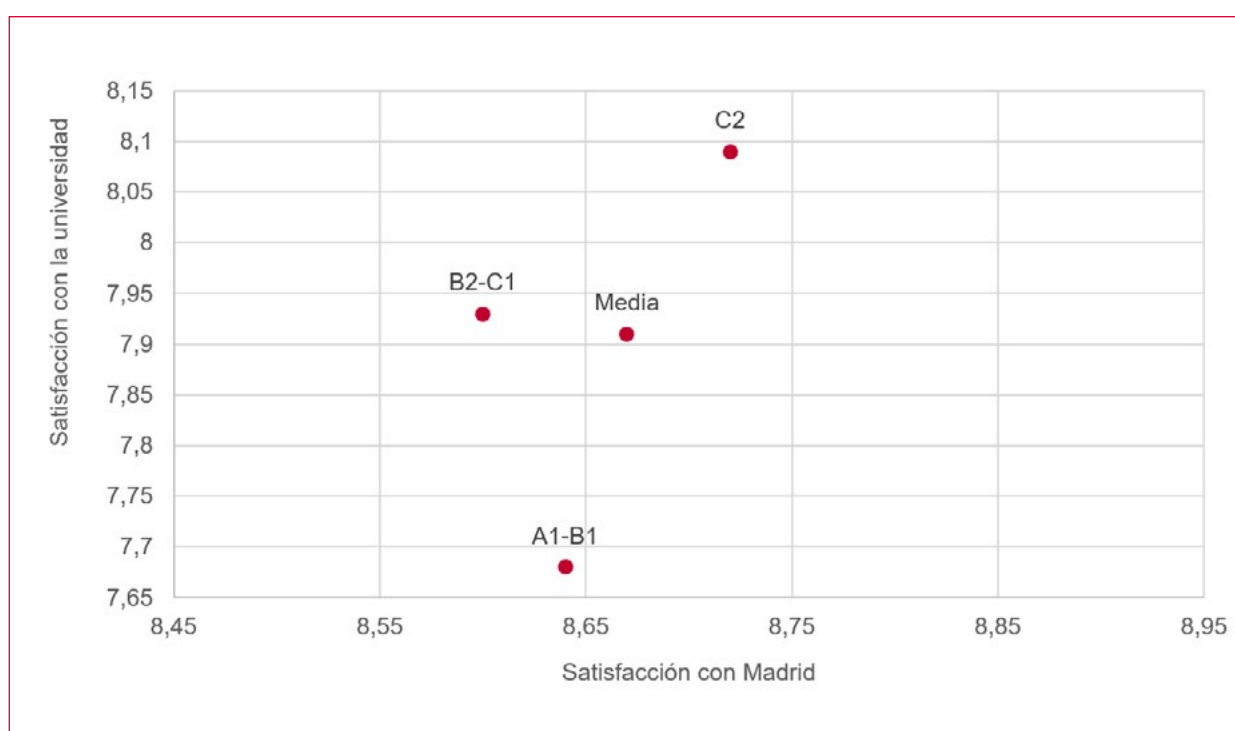
	Precio alojamiento	Dificultad alojamiento	Visados	Barrera del idioma	Burocracia	Discriminación
A1-B1	0,97	0,97	1,00	1,40	1,06	1,00
B2-C1	1,00	0,94	0,77	0,99	0,91	0,90
C2	1,03	1,05	1,09	0,66	0,98	1,04
Media	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

### Satisfacción con Madrid y con la Universidad

Se preguntó también a los estudiantes internacionales por su nivel de satisfacción con Madrid y con sus universidades en una escala de 1 a 10, y las respuestas reflejan valores sustancialmente más altos para Madrid (8,7) que para las universidades (7,9). Cuando se analizan las diferencias en los niveles de satisfacción según niveles iniciales, se observa que las diferencias no son tan relevantes, aunque sí aparecen más satisfechos en ambas dimensiones los que vienen con un C2 que los que llegaron con un nivel básico (A1B1), mientras que los de nivel B2C1 aparecen muy cerca de la media (Gráfico 13).

#### Gráfico 13.

#### Satisfacción con Madrid y con su universidad por nivel inicial de dominio (medias)

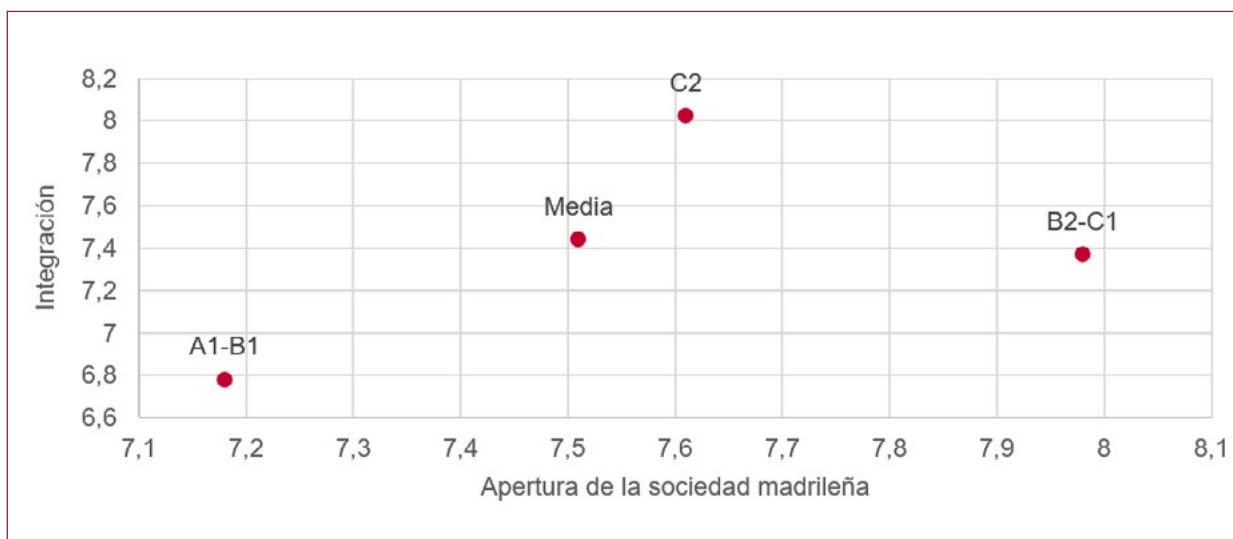


### Percepción de apertura e integración en la sociedad madrileña

Cuando se preguntó a los encuestados por su percepción sobre el grado de apertura de la sociedad madrileña y su integración en la misma, los resultados medios fueron también de notable, pero un poco más bajos, 7,5 para la apertura y 7,4 para la integración. Aquí las diferencias entre los grupos definidos en función de su nivel inicial de dominio es algo mayor. Los del C2 perciben mayores niveles que la media en ambas variables, sobre todo de integración, pero también de apertura, que los del nivel A1B1; los del nivel B2C1 se caracterizan por percibir un mucho mayor nivel de apertura en la sociedad madrileña, mientras que su integración está en el entorno de la media (Gráfico 14).

**Gráfico 14.**

**Percepción de apertura e integración en la sociedad madrileña por nivel inicial de dominio del idioma (medias)**

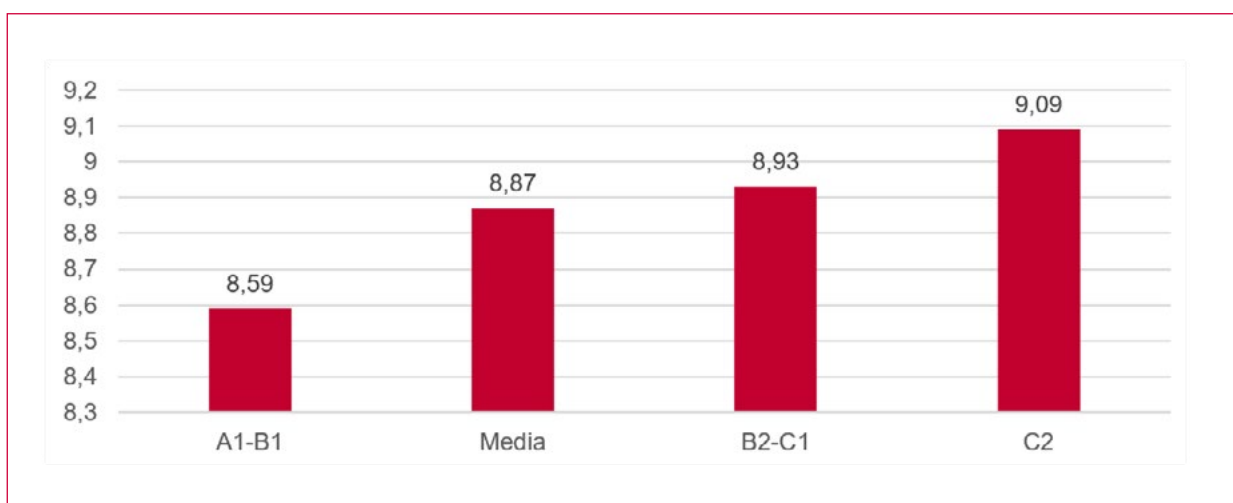


### Disposición a recomendar Madrid

En la variable que refleja la disposición a recomendar a otros el estudiar en Madrid (en una escala de 0 a 10, donde 10 corresponde a “sin ninguna duda”), se aprecia una relación directa entre el nivel inicial de dominio del idioma y dicha disposición. Cuanto mayor es el nivel inicial de dominio del idioma, mayor disposición a recomendar, que, para los del nivel C2, llega a ser más que sobresaliente (9,1) (Gráfico 15).

**Gráfico 15.**

**Disposición a recomendar a otros el venir a estudiar a Madrid (media)**



#### **4. Algunas conclusiones sobre la importancia del idioma español para los estudiantes internacionales y su posible estímulo**

El análisis de los datos aquí presentados permite extraer una serie de conclusiones, creemos que suficientemente sólidas, acerca del papel del idioma español en la experiencia de los estudiantes internacionales en Madrid.

En primer lugar, la composición de la muestra obtenida en nuestro estudio revela un rasgo clave: la fuerte presencia de estudiantes procedentes de América Latina, que representan casi el 40 % del total. Esta distribución tiene consecuencias directas en la interpretación de todas las variables lingüísticas, ya que una parte sustancial de los encuestados es hispanohablante nativo o con un nivel de dominio muy elevado del español. La comparación con otros colectivos muestra que los latinoamericanos destacan no solo por su predominio numérico, sino también porque condicionan la media general del nivel inicial de español, que se sitúa por encima del B2. En contraste, los europeos, los estudiantes de máster y aquellos cuyo idioma de estudios es el inglés presentan niveles iniciales sensiblemente inferiores, aproximándose al B1. Esta heterogeneidad interna es clave para comprender las variaciones en la evolución lingüística y en la percepción del idioma como factor de atracción, barrera u oportunidad.

En relación con el “dominio del español”, los resultados muestran una mejora global significativa en cuanto al dominio lingüístico entre la llegada y el momento de respuesta a la encuesta. Aunque los hispanohablantes nativos mantienen un peso determinante, los datos evidencian progresiones claras en los estudiantes con niveles iniciales más bajos, especialmente entre quienes llegaban con A2 o B1, que presentan los mayores porcentajes de salto entre niveles. Sin embargo, esta mejora no es homogénea: casi la mitad de quienes llegaron con A1 permanecen en ese nivel, lo que apunta a limitaciones o a un menor esfuerzo o necesidad percibida en este subgrupo. Esta divergencia también se aprecia al analizar las medias por colectivos: mientras los estudiantes de intercambio, los que estudian en español y los procedentes de América Latina evidencian los niveles iniciales más altos, los estudiantes de máster, de escuelas de negocios y los europeos se sitúan en los niveles más bajos.

Un aspecto fundamental relacionado con la dimensión lingüística es la distribución del idioma de impartición de los estudios, que divide casi por igual a los estudiantes internacionales: un 53 % recibe sus clases en español, frente a un 47 % que lo hace en inglés. Esta dualidad confirma la creciente internacionalización de la oferta académica de las universidades madrileñas y matiza de forma significativa el rol del español en la experiencia estudiantil. El análisis por colectivos muestra patrones muy marcados: el español es claramente hegemónico entre los latinoamericanos (72 %), los estudiantes de intercambio (66 %), los matriculados en universidades privadas y quienes cursan grado. En cambio, el inglés predomina de manera contundente en las escuelas de negocios, donde alcanza un 96 %, así como entre los estudiantes de máster (78 %) y aquellos con matrícula completa. Este reparto no solo refleja la diversidad de perfiles académicos, sino que también ayuda a explicar la menor centralidad del español como motivo para elegir Madrid: para casi la mitad de los estudiantes, su experiencia académica transcurre mayoritariamente en inglés, lo que reduce la presión inmediata por dominar el idioma y desplaza el peso de la lengua y su aprendizaje hacia otros factores de calidad de vida, ocio

y oportunidades. Al mismo tiempo, la existencia de estas vías paralelas –una hispanohablante y otra anglófona– contribuye a que determinados colectivos perciban el aprendizaje del español como opcional o complementario, mientras que otros lo integran como parte natural de su adaptación.

Un hallazgo especialmente relevante es “el lugar que ocupa la lengua española como motivación para elegir Madrid”. Aunque la ciudad es identificada formalmente como la “capital del español”, esta dimensión aparece sistemáticamente como la menos importante entre las nueve razones evaluadas. Solo un 35 % la considera “muy importante”, muy por debajo de factores como calidad de vida, cultura, seguridad o carácter internacional. Las diferencias entre colectivos refuerzan esta tendencia: la lengua es relativamente más importante para los estudiantes de Estados Unidos y Canadá y para quienes estudian en español, mientras que resulta marcadamente menos significativa para quienes cursan sus estudios en inglés o están matriculados en escuelas de negocios. Las respuestas abiertas confirman esta pauta: aunque algunos estudiantes mencionan explícitamente el interés por aprender o perfeccionar el idioma, el español no emerge como un criterio central en términos generales. Esto sugiere que, aunque el idioma puede actuar como un atractivo en ciertos grupos, para la mayoría no constituye un motor principal de decisión.

Del mismo modo, cuando se indaga por “lo mejor de la experiencia en Madrid”, la lengua vuelve a situarse en último lugar, a pesar de obtener valoraciones mayoritariamente positivas. Los factores relacionados con la vida urbana, la seguridad, la cultura y la conectividad internacional ocupan posiciones claramente superiores. Este patrón refuerza la idea de que la experiencia internacional en Madrid se vive como una combinación de calidad de vida, oportunidades académicas y entorno sociocultural, mientras que el componente lingüístico, aun relevante, no es decisivo. Incluso al segmentar por niveles iniciales de dominio del español, las diferencias son mínimas: la lengua como elemento positivo de la experiencia se mantiene relativamente estable entre grupos. Esto refuerza que el español, para los que ya lo dominan, no constituye un factor distintivo, y para quienes no lo dominaban, aunque puede mejorar, tampoco se convierte en el eje central de la valoración global.

La situación es aún más clara al analizar “lo peor de la experiencia en Madrid”. La “barrera del idioma” es el aspecto menos problemático para todos los colectivos y queda muy por detrás de los factores que sí generan dificultades reales, como el acceso a la vivienda, el costo del alojamiento o los trámites burocráticos. Solo es un poco más importante para los estudiantes de Estados Unidos y Canadá y, en menor medida, los de máster y los que estudian en inglés). Para los latinoamericanos y los que que estudian en español, la barrera del idioma prácticamente desaparece como preocupación. Esta diferencia confirma que el nivel inicial condiciona principalmente la percepción de dificultad lingüística, pero no afecta con igual intensidad a la valoración global de la experiencia.

Los resultados sobre la intención de “trabajar en Madrid en el futuro” revelan que, aun cuando el español vuelve a ocupar el puesto menos relevante entre las razones para trabajar en la ciudad, sigue siendo considerado importante por una parte de los estudiantes. Sin embargo, factores estructurales como la calidad de vida, la seguridad, la cultura y las oportunidades laborales que puede ofrecer una ciudad próspera, dinámica y llenada de oportunidades. Esto

también se refleja en las recomendaciones sobre qué debería hacer Madrid para atraer talento internacional: mejorar el acceso al empleo, salarios más competitivos y mejorar el acceso a la vivienda se sitúan claramente por encima de facilitar el aprendizaje del idioma o los trámites de visado.

La variable transformada del nivel inicial de dominio del español –agrupada en niveles básico, medioalto y avanzado– permite observar de forma sintética cómo influye el capital lingüístico en la experiencia internacional en Madrid. No existen apenas diferencias entre los tres grupos cuando se preguntó a los estudiantes por cuán importante era en “lo mejor” de Madrid el que fuera la “capital del español”. En todos los casos tuvo el valor más bajo de las 9 opciones. En el caso de “lo peor” sí se aprecian más diferencias, aunque el idioma no es una barrera importante para nadie, sí resulta más importante, como no podía ser de otra manera, para los de nivel básico, mientras que no es en absoluto relevante para los que tienen el C2.

En términos de “satisfacción con la ciudad y con la universidad”, se aprecia un patrón claro: los estudiantes que llegan con nivel avanzado (C2) muestran niveles ligeramente superiores de satisfacción, mientras que quienes inician su estancia con niveles básicos (A1–B1) se sitúan algo por debajo de la media. Algo similar ocurre con la “percepción de apertura de la sociedad madrileña” y la “integración personal”: los de nivel C2 se sienten más integrados y perciben mayor apertura, mientras que los de nivel básico muestran percepciones más moderadas. El grupo intermedio (B2–C1) presenta un perfil híbrido, con una percepción de apertura notablemente positiva, aun cuando su integración se sitúa en torno a la media. Estas diferencias sugieren que el dominio lingüístico facilita procesos de interacción social, acceso a servicios y adaptación cotidiana, impactando de forma indirecta en la experiencia global.

Finalmente, la “disposición a recomendar Madrid como destino de estudios” muestra la relación más lineal: a mayor nivel inicial de español, mayor es la probabilidad de recomendar la experiencia. Los estudiantes con nivel C2 alcanzan puntuaciones sobresalientes, mientras que los de nivel básico muestran valores algo menores, aunque igualmente muy positivos. En conjunto, el análisis confirma que el dominio inicial del español funciona como un “facilitador” más que como un elemento determinante: reduce fricciones, incrementa la fluidez en la vida cotidiana y acelera la integración social, pero no condiciona de manera absoluta la posibilidad de tener una experiencia satisfactoria en la ciudad.

En resumen, nuestro estudio ofrece una conclusión clara y que no puede obviarse aquí: el idioma español, aun siendo un elemento presente y relevante en ciertos colectivos, no constituye para el conjunto el motor principal que explica la llegada, la experiencia ni las percepciones de los estudiantes internacionales en Madrid. Su importancia es matizada y depende del nivel inicial de dominio, pero permanece por detrás de factores relacionados con la calidad de vida, el entorno sociocultural, la seguridad, la movilidad global y las oportunidades académicas y profesionales. El español actúa más como un facilitador para algunos y como un elemento complementario para otros, pero no como un eje central de la atracción, satisfacción o retención del talento internacional en la ciudad.

Por eso cabe apuntar, a modo de corolario, algunas de las potencialidades que pueden estarse desaprovechando –o no estarse aprovechando suficientemente– derivadas de que el español sea una gran lengua de comunicación internacional y qué políticas podrían ayudar a capitalizar este activo. No hay que olvidar, pese a la conclusión general que acaba de esbozarse, que el

hecho de que el español sea la lengua predominante en las universidades públicas entre los estudiantes latinoamericanos y en los programas de intercambio subraya el valor del idioma –y de una proximidad cultural de la que este es vehículo y expresión– como factor importante de atracción. Algo que no forma parte de un juego de suma cero con el inglés, sino que es una ventaja añadida a no descuidar.

De modo que para la captación de estudiantes internacionales por parte de las universidades españolas (y podemos seguir tomando a Madrid como observatorio) es esencial construir una marca internacional sólida, reforzando no solo la oferta académica en inglés, sino también en español. Su aprendizaje del idioma (para aquellos que no lo tienen como nativo) ayuda a expandir el valor económico de la lengua adquirida –que es, como han constatado diversos trabajos, fundamental en el caso del español– cuando retornan a sus países, donde además se convierten en *embajadores naturales* de la ciudad y país que los ha acogido (lo que constituye a su vez una fuente extraordinaria de “poder blando”, como ya se apuntó en las líneas iniciales). El aprendizaje del idioma, no como único factor, pero sí decisivo y facilitador de otros elementos de familiaridad, refuerza el apego al país donde se ha estudiado. En este sentido, los estudiantes internacionales suelen convertirse en agentes estratégicos de promoción turística, multiplicando el impacto de su experiencia académica a través de visitas posteriores, recomendaciones y difusión en redes sociales; y más adelante, ya en el ejercicio profesional en su país de origen o en otros, muchas veces en puestos de influencia, se convierten con frecuencia en “embajadores” que alientan los vínculos –también los económicos– con el mundo hispanohablante. Piénsese en las redes de *alumni* internacionales que mantienen viva la vinculación de sus asociados, ya egresados y con responsabilidades profesionales, con el país en que se formaron y adquirieron lazos de simpatía cultural.

El esfuerzo de las universidades madrileñas, como de las españolas en general, por internacionalizar su oferta académica a través de programas en inglés es del todo necesario, pero no hay que ignorar la otra cara de la moneda: estos programas facilitan la llegada de estudiantes con un nivel limitado de español, si bien reducen igualmente, en cierta medida, las oportunidades de integración lingüística y cultural. Redoblar, por tanto, la enseñanza del español entre los estudiantes extranjeros –una petición, por cierto, recurrente entre los propios estudiantes– constituye una estrategia cuyo coste económico se vería compensado por sus potenciales beneficios. Se estudie en el idioma que se estudie, el español no puede ser una barrera para la integración efectiva de los estudiantes en la vida cotidiana (algo que subrayan sobre todo los alumnos norteamericanos). A falta del elemento facilitador que en otros países europeos suponen los sistemas de formación dual que conllevan una inmersión inmediata en el mercado de trabajo, los cursos de español gratuitos o subvencionados cumplen en nuestro caso una doble y decisiva función: por un lado, la de reforzar el papel global del español como activo estratégico; y, por otro, la de mejorar la integración de los estudiantes, no solo en la vida cotidiana, sino también en la estrictamente académica, permitiendo el necesario seguimiento y apoyo durante los estudios por parte de las universidades, y acompañándolos en su fase de adaptación a través de un asesoramiento más personalizado.

Precisamente, las universidades madrileñas, al ser preguntadas por posibles efectos negativos de la llegada de estudiantes internacionales, reconocen que, aunque esta presenta en general un balance muy positivo, también plantea algunos retos –el más señalado, el del idioma– que requieren una atención y gestión específicas. En concreto, la falta de competencia suficiente

en español puede afectar al rendimiento académico y a la dinámica de las aulas, lo que ha llevado a la implementación de requisitos mínimos de idioma y a programas de refuerzo lingüístico. Hace falta, sin duda, una estrategia lingüística a largo plazo que combine en nuestras universidades inglés y español y ofrezca, como acaba de apuntarse, posibilidades favorables de aprendizaje formal del español para los estudiantes que lo requieren.

En definitiva, la estancia en Madrid, como revela nuestro estudio, constituye, para muchos estudiantes, una oportunidad de aprendizaje lingüístico que trasciende lo académico y tiene un fuerte componente de integración cultural. Así, el español se convierte en un elemento clave no solo para la vida cotidiana y el éxito académico, sino también para reforzar la capacidad de Madrid de presentarse como un destino acogedor e inclusivo para estudiantes internacionales. El español es un activo único para el sistema universitario madrileño y entendemos que también para el sistema universitario español. Como lengua de comunicación internacional, el español ofrece una gran ventaja comparativa frente a otros países, especialmente en la captación de estudiantes latinoamericanos o procedentes de otros países con interés en poder moverse en un universo lingüístico de 600 millones de hablantes. No aprovechar a fondo este potencial supone desperdiciar un recurso cultural y académico de primer orden.





OBSERVATORIO  
NEBRIJA DEL  
ESPAÑOL

[observatorionebrijadelespañol.com](http://observatorionebrijadelespañol.com)  
[ONE@nebrija.es](mailto:ONE@nebrija.es)

[www.nebrija.com](http://www.nebrija.com)



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA