Análisis de la Encuesta de la Feria de Servicios para los colombianos en Nueva York 2018

El presente documento tiene como objetivo presentar el análisis técnico y las conclusiones con relación a la Feria de Servicios para colombianos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos realizada en los días 20 y 21 de octubre de 2018.

Análisis Técnico:

La encuesta está fragmentada a partir de tres (3) categorías generales:

1- Identificación del connacional

2- Información respecto a la Feria de Servicios

3- Información respecto al Programa Colombia Nos Une

Las preguntas específicas de la encuesta analizadas se distribuyeron de la siguiente manera:

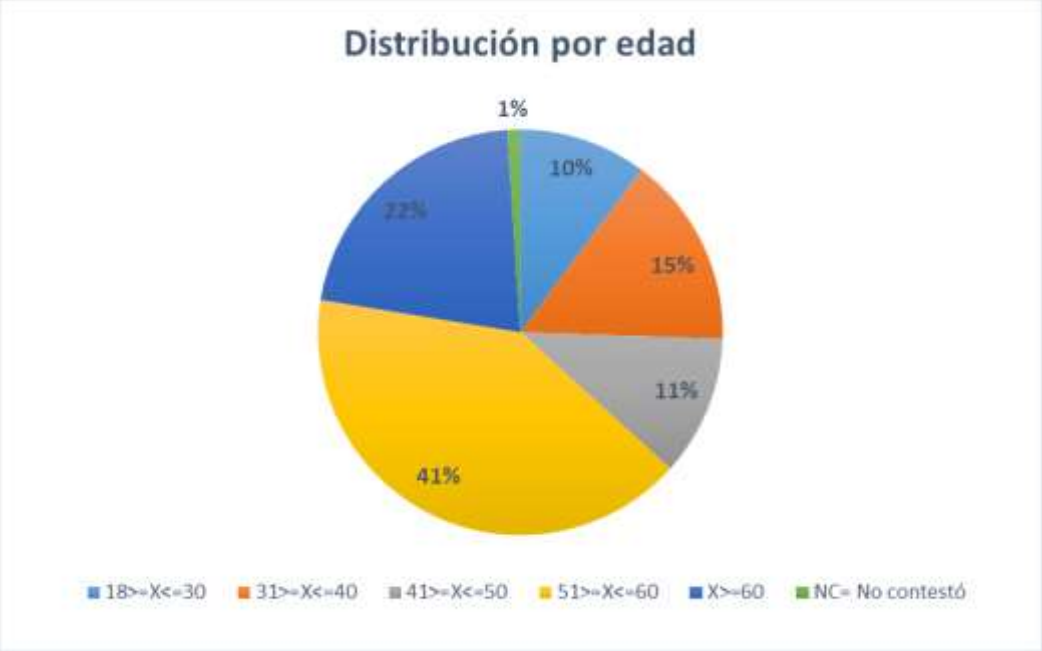
Identificación del connacional	a) Nombres y apellidos; b) Edad; c) Género; d) Profesión u oficio; e) Estado civil; f) lugar de nacimiento; g) Ciudad y país de residencia actuales; h) Tiempo de residencia fuera de Colombia; i) Número de hijos; j) Marque si pertenece a un grupo étnico; k) Está en situación de discapacidad; l) Motivación para salir de su lugar de origen.
Información respecto a la Feria de Servicios	1- ¿Se siente satisfecho con el desarrollo de la Feria de Servicios? 2- La feria de servicios le ayudó a: 3- A través de qué medio se enteró de la realización de la Feria de servicios en el Exterior? 4- ¿Asistió a las conferencias? 5- Las temáticas de las conferencias fueron: 6- ¿Cómo le pareció la información brindada por los expositores? 7- El lugar del evento le pareció: 8. Marque todos los temas que sean de su interés para obtener mayor información en las próximas ferias: 9- ¿Visitó todos los Stands de la feria?
Información respecto al programa Colombia Nos Une	10- ¿Conoce usted el programa Colombia nos Une?

Análisis de tendencias:

Se realizaron un total de **98** encuestas. A continuación, se presenta detalladamente el análisis para cada una de las preguntas:

Identificación del connacional.

a) Distribución por Edad:

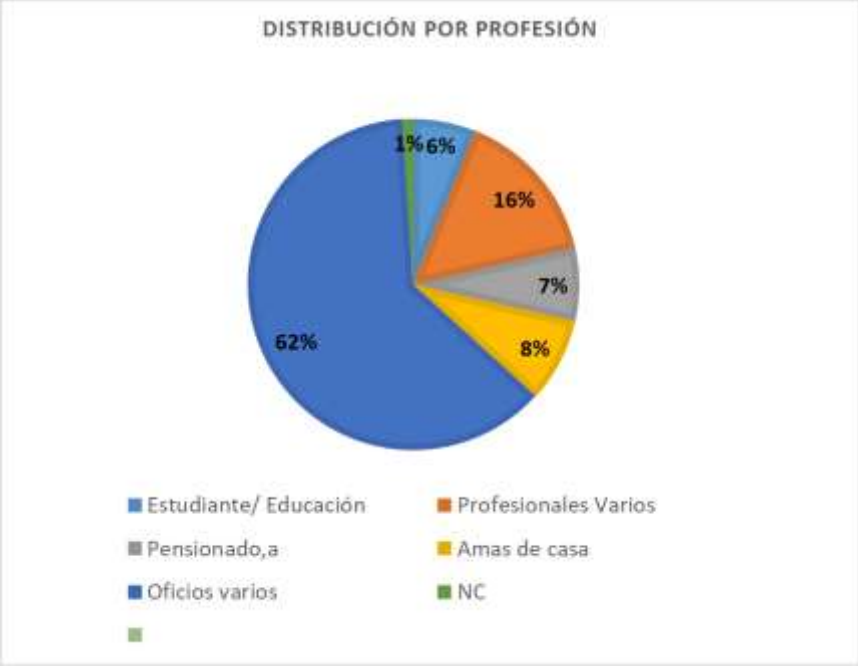


La mayor parte de los encuestados se ubican en un rango de edad entre los 51 y los 60 años, esto con un porcentaje de representación del 41% (40 personas), seguido por las personas mayores de 60 años con un 22%. Estos dos rangos de edad representan la mayoría de la población al sumar el 63%. A estos le sigue el grupo de edad ubicado entre los 31 y 40 con un 15%, a su vez aquellos que pertenecen al rango de edad entre los 41 y los 50 con un 11% y el 10% para el grupo de edad ubicado entre los 18 y 30 años. De las personas encuestadas, 1% no contestó a la pregunta.

b) Distribución por Género:

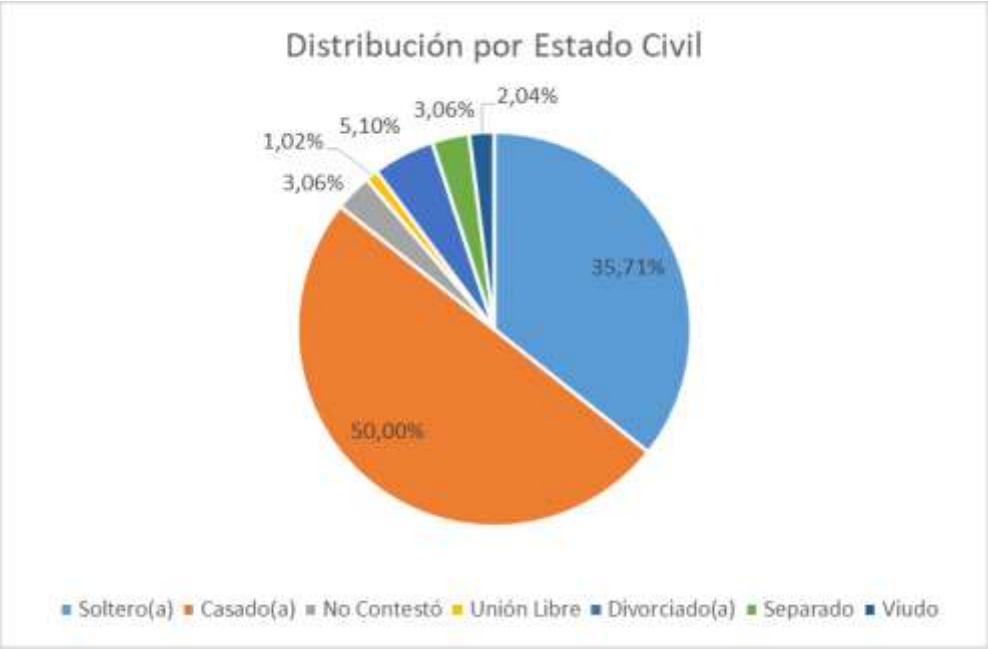
De la población encuestada, las mujeres encarnan una mayoría representada con un 73%, es decir 72 personas. Mientras que de las personas encuestadas, un 27% corresponde a los hombres, lo que equivale a 26 personas.

c) Distribución por Ocupación:



61 personas de las encuestadas, es decir el 62%, se dedican a oficios varios en el cual se identifican las personas que se reconocen como independientes, comerciantes, HHA (Home Health Aide), niñeras, se dedican a la limpieza, entre otros. Se agrupan dentro de la opción *Oficios varios* debido a que cada oficio por separado no representa un número de personas significativo. En segundo lugar, el 16% de los encuestados está compuesto por profesionales de diferentes áreas, por ejemplo, administradores, periodistas, ingenieros, entre otros. En tercer lugar, se encuentran las personas que se identifican como amas de casa con un 8%, seguido por los pensionados con un 7% y finalmente un 6% que corresponde al área de estudiantes o de la educación. De las personas encuestadas, el 1% (una persona) no contestó a este pregunta.

d) Distribución por Estado Civil:



El 50% de la población encuestada es casada, es decir 49 personas. Por otra parte, el 35,71% de las personas son solteras, lo cual corresponde a 35 personas. El 5, 10% de los encuestados son divorciados, el 3,06% son separadas, el 2,04% son viudos y el 1,02% se encuentran en una unión libre. De las personas encuestadas, el 3,06% no contestó a esta pregunta, es decir 3 personas.

e) Distribución por lugar de nacimiento:

El 15% de los encuestados corresponden a personas que indicaron como lugar de su nacimiento a Bogotá o demás ciudades de Cundinamarca. Este porcentaje equivale a 15 personas. Las ciudades que ocupan los siguientes lugares en la distribución por lugar de nacimiento son: Cali o Valle del Cauca con un 7% y Medellín o la región de Antioquia con otro 7%. Es importante aclarar que la gran mayoría de encuestados (52 personas) indicaron como lugar de nacimiento Colombia, pero no especificaron qué ciudad o departamento del país. Este grupo de personas se agrupa en la opción *Otros*, y también se tiene en cuenta a personas que provienen de ciudades lugares como Pereira, Manizales, Santander. Igualmente, entre los encuestados se encontraron personas que indicaron como lugar de nacimiento países como Argentina y República Dominicana. Este conglomerado de personas encuestadas equivale al 71%, es decir 69 personas.

Distribución por ciudad de residencia:

De las personas encuestadas, el 81% (79 personas) indicó que residen en la ciudad de Nueva York en alguno de los condados de Bronx, Brooklyn, Manhattan y/o Queens. El segundo

mayor porcentaje corresponde a aquellas personas que indicaron que residen en Nueva Jersey con el 15%, es decir 15 personas. Por otro lado, con un 2% se encuentran las personas que indicaron residir en Long Island y el 2% restante equivale a la opción de *Otros* y se refiere a las personas que provienen de lugares como Bogotá o Pensilvania.

f) Tiempo de permanencia fuera de Colombia:

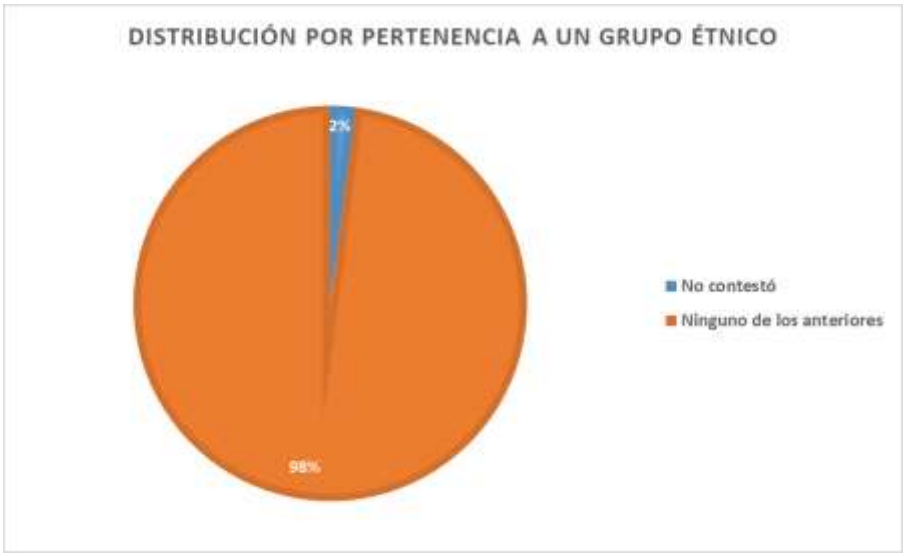
De acuerdo a la información, se reconoce que la mayoría de la población encuestada lleva entre los 10 y 20 años por fuera de Colombia, correspondiendo a un 34% (33 personas). A este intervalo de tiempo le sigue con un 18% las personas que llevan más de 30 años por fuera del país, es decir 18 personas de las encuestadas. De igual forma, el 16% de los encuestados (16 personas) han estado viviendo fuera del país por un intervalo de tiempo entre 1 y 5 años. El 13% de los encuestados indicó que lleva fuera del país por un intervalo de tiempo entre 20 y 30 años. Por otro lado, un 10% de los encuestados indicaron que llevan viviendo por fuera de Colombia por un tiempo menor a 1 año. Finalmente, el 5% indicó que ha estado viviendo por fuera del país entre los 5 y 10 años. Por lo tanto, se puede afirmar que alrededor del 65% de los encuestados llevan entre 10 y más de 30 años por fuera de Colombia. Teniendo en mente esto se deduce que la mayoría de las personas que asistieron a la feria han vivido por fuera del país varios años y se han adaptado a su lugar de residencia.

De las personas encuestadas, un 3% no contestó a esta pregunta.

h). Número de hijos:

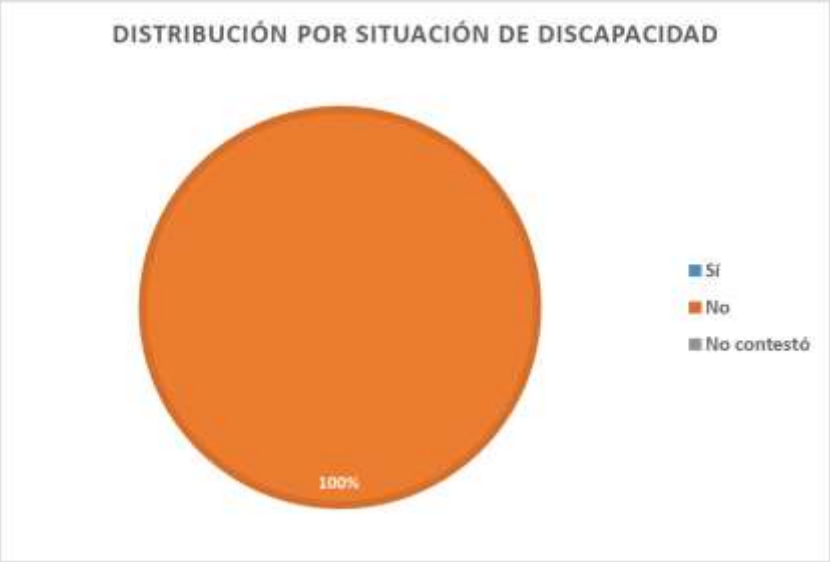
La mayoría de las personas encuestadas, el 49% que corresponde a 48 personas, tienen entre 1 y 2 hijos. Por otro lado, el 15% de los encuestados (15 personas) afirmaron tener 3 hijos y el 3% (3 personas) de los encuestados indicaron tener más de 3 hijos. No obstante, se reconoce el segundo mayor porcentaje de 30% (29 personas) el cual equivale a los encuestados que afirmaron no tener hijos. Finalmente, el 3% de los encuestados no contestaron esta pregunta.

I) Pertenencia a un grupo étnico:



El 98% de la población encuestada manifestó no identificarse con ningún grupo étnico, es decir 96 personas. El 2% de las personas encuestadas no contestaron a esta pregunta (2 personas).

J) Situación de discapacidad:



El 100% de la población encuestada, es decir 98 personas, manifestó no encontrarse en condición de discapacidad.

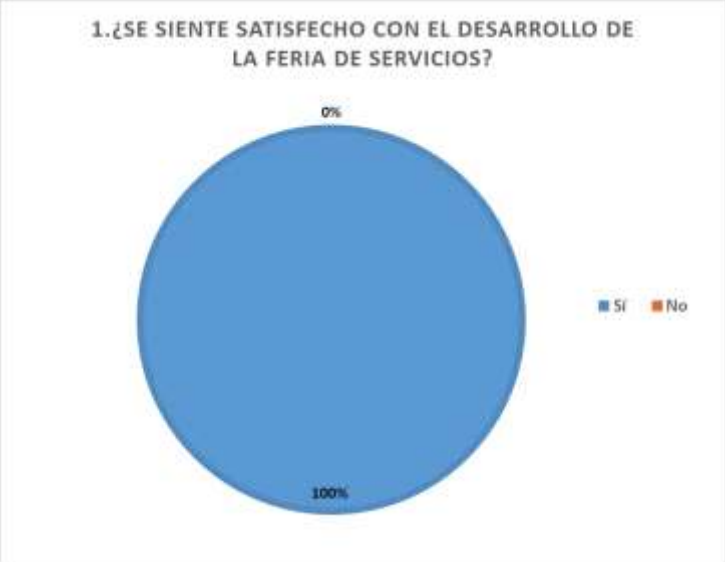
K) Motivación para salir de su lugar de origen:

Un 37% de los encuestados, es decir 36 personas, indicaron haber salido del país para tener mejores oportunidades laborales. El 16%, equivalente a 16 personas, manifestaron haber salido del país para mejorar la calidad de vida individual o familiar. Igualmente, un 10% afirmó haber salido del país por educación (10 personas), un 6% manifestó haberse ido del país por la familia (6 personas), un 5% indicó haber salido del país por razones de seguridad (5 personas), un 3% por matrimonio (3 personas) y un 2% afirmó haberse ido del país por otras razones, por ejemplo por un contrato laboral (2 personas).

En esta pregunta se presenta la tendencia de que las personas escogen dos o más opciones para responderla. Por ejemplo, el 7% de los encuestados afirma haber salido del país para tener mejores oportunidades laborales y para mejorar las condiciones de vida individual o familiar. A su vez, un 3% manifiesta haberlo hecho para tener mejores oportunidades laborales y por educación. De esta manera, se evidencia que si bien los encuestados marcaron distintas opciones, las motivaciones para haber salido del país de mayor porcentaje son tener mejores oportunidades laborales y mejorar las condiciones de vida individual o familiar.

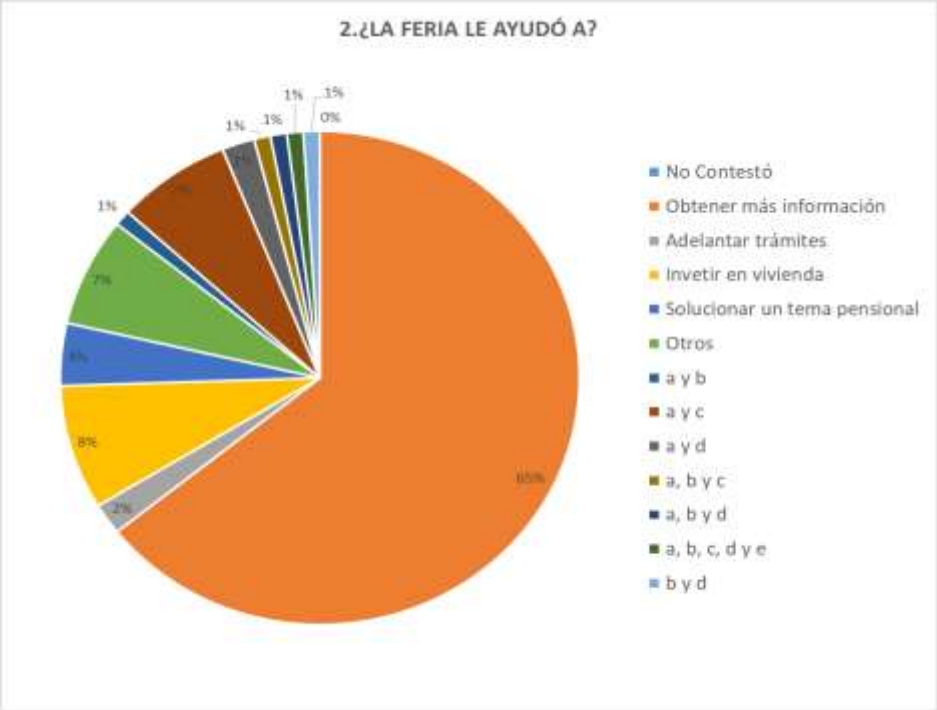
Respecto de la feria de servicios.

1) ¿Se siente satisfecho con el desarrollo de la feria de servicios?



El 100% de los encuestados, es decir 98 personas, respondieron que sí se sienten satisfechos con el desarrollo de la Feria de Servicios. Teniendo en cuenta esto, se puede deducir que la feria cumplió con las expectativas de la totalidad de personas que asistieron a la misma y fueron encuestados.

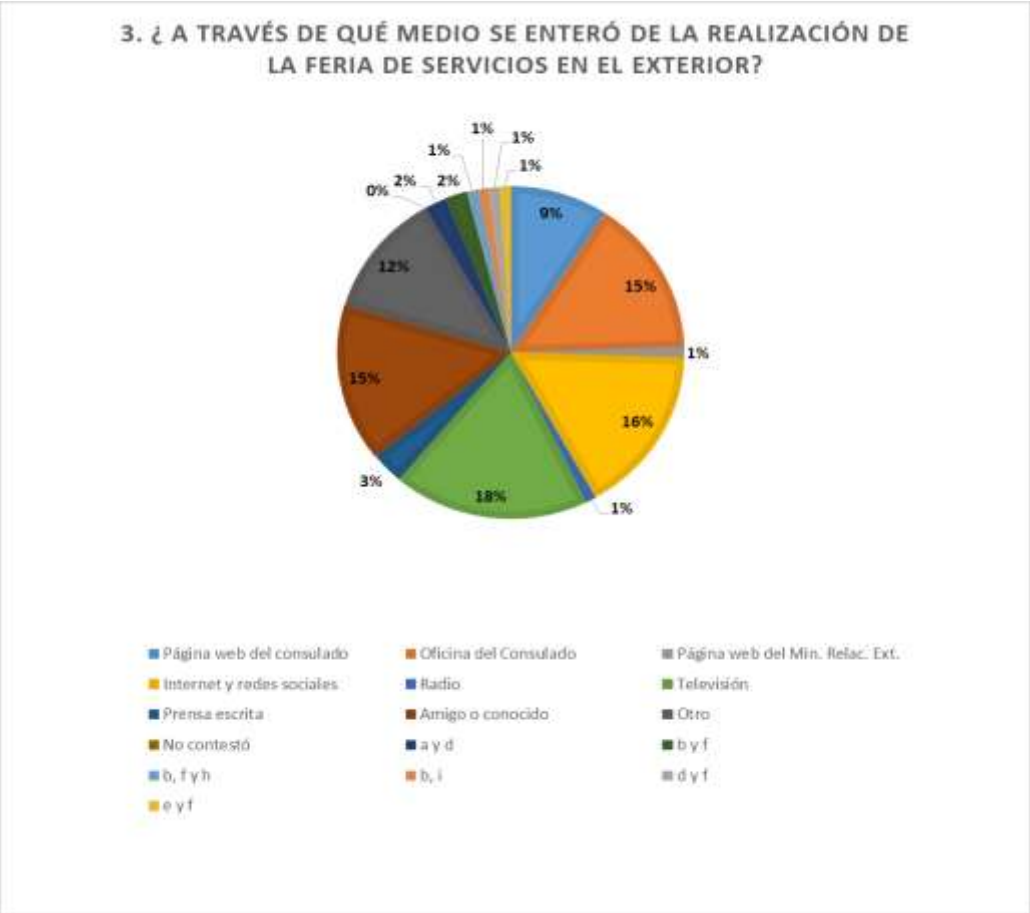
2) La feria le ayudó a:



El 65% de los encuestados manifestó que la Feria de Servicios le ayudó a obtener más información (63 personas). Igualmente, el 8% de los encuestados indicó que la feria les ayudó a invertir en vivienda (8 personas). Por otro lado, el 7% de los encuestados seleccionó la opción de *Otros*, en el cual manifestaron que la Feria de Servicios les ayudó por ejemplo a abrir una cuenta de ahorros en Colombia o promover su idea de negocio, entre otras (7 personas). Por otro lado, un 4% indicó que le ayudó a solucionar un tema pensional y un 2% manifestó que le fue útil para adelantar trámites.

En esta pregunta se evidencia la tendencia de que las personas escogieron más de una opción para responder a la misma. En este sentido, el 7% de los encuestados manifestó que la feria le ayudó tanto a obtener más información como a invertir en vivienda. El 2% respondió que la feria le ayudó a obtener información y a solucionar un tema pensional. A pesar de que marcaron más de una respuesta, se puede deducir que para la gran mayoría de personas encuestadas la Feria de Servicios les ayudó a obtener mayor información, teniendo en cuenta que esta fue la opción más seleccionada.

3) ¿A través de qué medio se enteró de la realización de la Feria de servicios en el exterior?

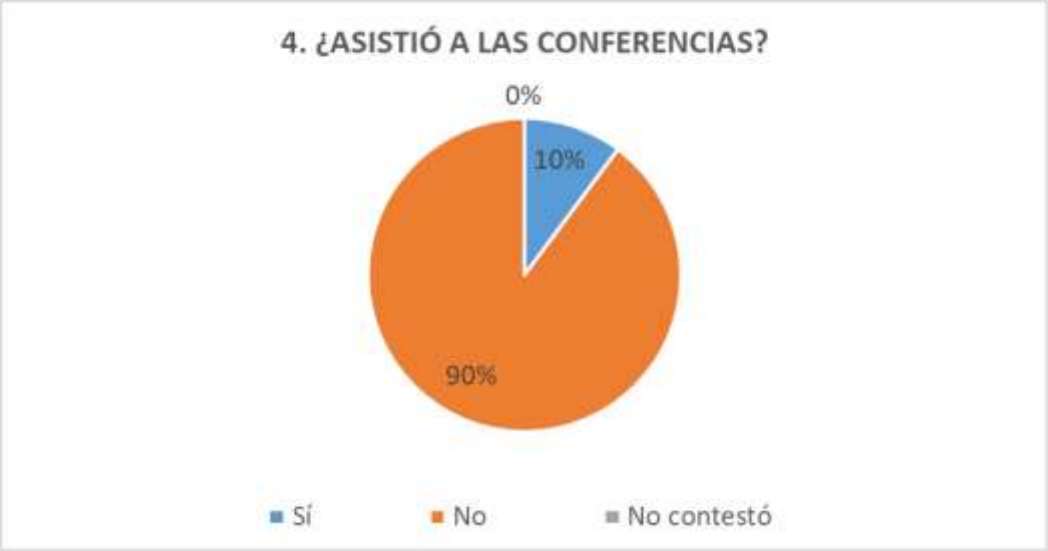


El 18% de los encuestados, es decir 18 personas, afirmaron haberse enterado de la Feria de Servicios a través de la televisión. Igualmente, un 16% manifestó haberse enterado por medio de internet y las redes sociales (16 personas). Asimismo, un 15% de los encuestados (15 personas) respondió que se enteró de la feria a través de la Oficina del Consulado y otro 15% por medio de un amigo o de un conocido. El 12% de los encuestados manifestó haberse enterado de la feria por *Otros* medios como lo fue el Centro Democrático, la Asociación Mira o el Centro Cívico (12 personas). Por otro lado, un 9% se enteró a través de la página web del Consulado, el 3% por la prensa escrita y por la radio y la página web del Ministerio de Relaciones Exteriores un 1% respectivamente.

En esta pregunta, las personas podían escoger varias opciones. El 2% manifestó haberse enterado por medio de la página web del Consulado y a través de internet y de las redes sociales. Por otro lado, otro 2% respondió que se enteró por medio de la Oficina del Consulado y la televisión. Por lo tanto, se puede deducir que los medios de difusión de la Feria de Servicios estuvieron activos en la medida en que todas las personas se enteraron de su realización por alguno de los medios propuestos en la encuesta. De igual manera, podría deducirse que un número significativo de personas se enteró de la realización de la feria por medio de la televisión.

Respecto de la Feria de servicios.

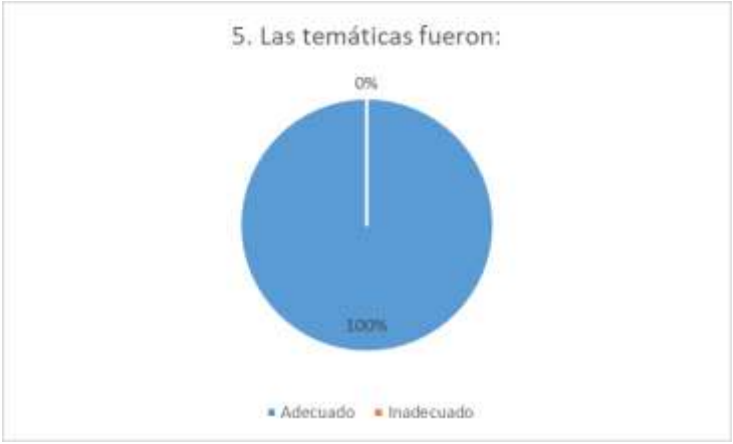
4) ¿Asistió a las conferencias?



De las personas encuestadas, el 90% manifestó no haber asistido a las conferencias lo cual equivale a 88 personas. Por otra parte, el 10% de los encuestados (10 personas) indicaron que sí asistieron a las conferencias.

Si bien algunas personas asistieron a las conferencias, se trató de un número reducido y la gran mayoría manifestó no haberlo hecho lo cual hace necesario indagar el por qué no lo hicieron. Sería importante re-evaluar las estrategias para atraer a más personas a las conferencias, además de enfocarlas hacia temas que sean más interesantes para la población objetivo en el exterior y se relacionen con sus principales necesidades.

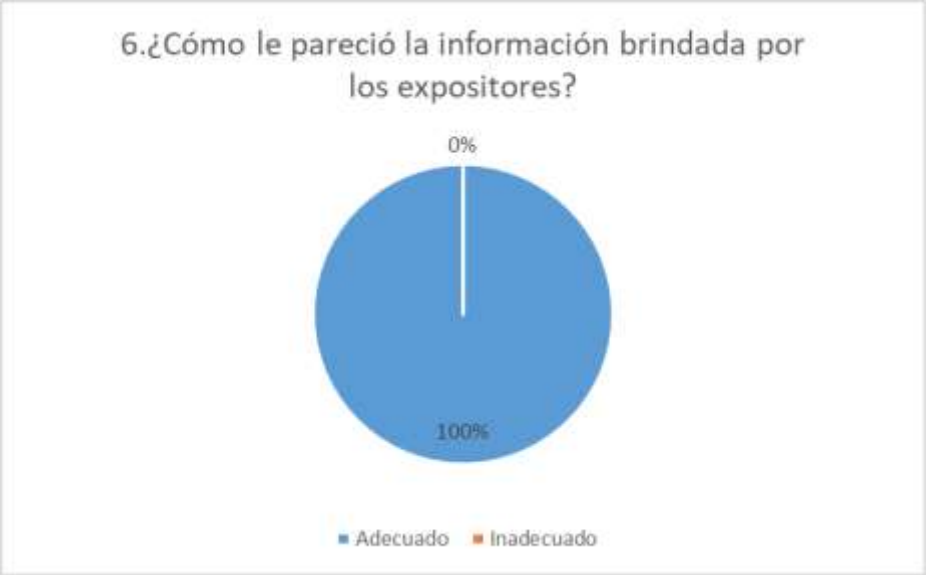
5) Las temáticas fueron:



De las 98 personas encuestadas, solo 10 de ellas manifestaron haber asistido a las conferencias. El 100% de estas personas que asistieron, indicaron que las temáticas de las

conferencias fueron adecuadas. De esto se deduce que aunque pocas personas asistieron, aquellas que lo hicieron estuvieron satisfechas con las temáticas presentadas.

6) ¿Cómo le pareció la información brindada por los expositores?



De las 98 personas encuestadas, 10 de ellas afirmaron haber asistido a las conferencias y el 100% de ellas manifestaron que la información brindada por los expositores fue adecuada. Similar a la pregunta anterior, es posible reconocer que aquellas personas que sí asistieron a las conferencias, se sintieron satisfechas con la información que fue brindada por los expositores.

7) El lugar del evento le pareció:

El 98% de los encuestados, es decir 96 personas, manifestaron que el lugar del evento les pareció adecuado. El 2% (2 personas) restante corresponde a aquellos que no contestaron a

esta pregunta. Por lo tanto, se reconoce que la gran mayoría de personas encuestadas consideró que el lugar de la feria fue el acertado.

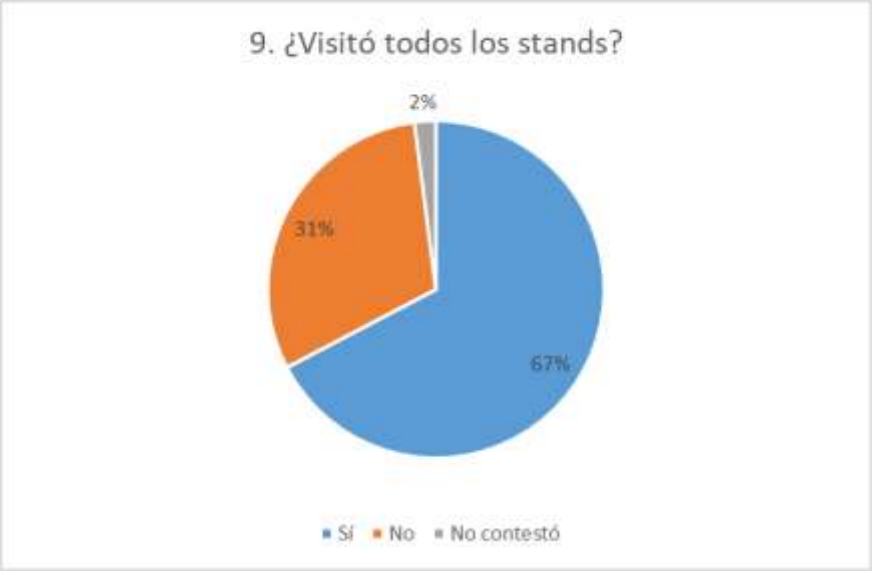
8) Marque todos los temas que sean de su interés para tener una mayor información.

Los temas que generan un mayor interés entre los encuestados son: vivienda con un 23% (60 personas), salud con un 22% (59 personas), educación con un 20% (54 personas) y vinculación laboral con un 10% (25 personas). A estas le siguen los temas de posibilidades de inversión en Colombia con un 8% y pensiones también con un 8%. Posteriormente, se encuentra la atención al ciudadano con un 6% y la política de retorno, ley 1565 de 2012 con un 3%. Finalmente, de las personas encuestadas el 0,4% no contestó a esta pregunta.

Por otro lado, se reconoce que algunas de las personas encuestadas dejaron sugerencias para posibles temas de interés en futuras ferias, por ejemplo: asesoría parafiscales, expo moda, servicios de envíos de papeles, entre otros.

Se resalta que las personas encuestadas podían marcar más de una opción.

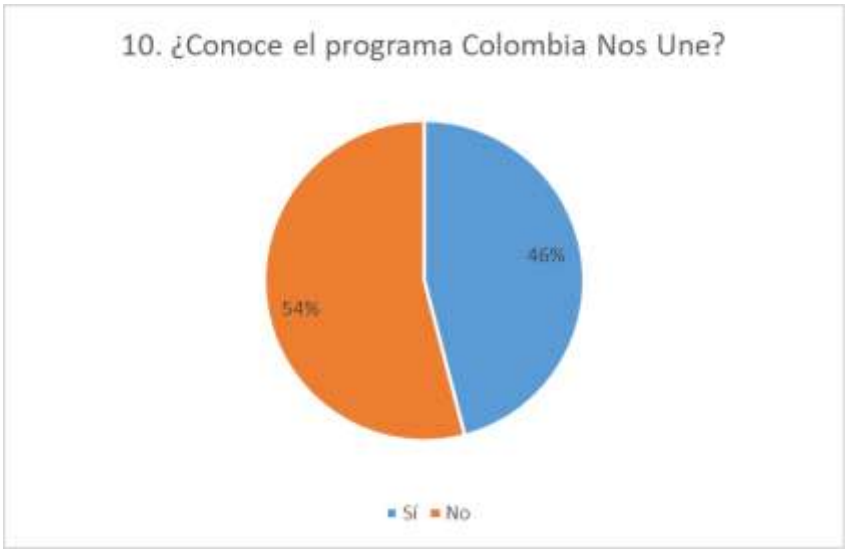
9) ¿Visitó todos los stands?



El 67%, es decir 66 personas, manifestaron haber visitado todos los stands. Un 31% de los encuestados, es decir 30 personas, indicaron no haber visitado los stands. Tan solo un 2% (2 personas) no respondió a la pregunta. Teniendo en cuenta esta información, se puede afirmar que las temáticas dispuestas en los stands fueron adecuadas en la medida en que la mayoría de las personas encuestadas visitaron todos estos puestos. Sin embargo, sería importante pensarse en nuevas medidas para atraer a los asistentes, considerando que un número significativo de personas encuestadas no visitaron todos los stands, partiendo de los temas de interés para la población colombiana en el exterior a la que va dirigida.

Respecto al programa Colombia Nos Une.

10) ¿Conoce usted el programa Colombia nos Une?



El 54% de la población encuestada, es decir 53 personas, manifestó que no conoce el programa Colombia Nos Une. El 46% de los encuestados (45 personas) indicó que sí conoce dicho programa.

Conclusiones y sugerencias:

- La mayor parte de los encuestados se ubica en un rango de edad entre los 51 y los 60 años de edad, esto con un porcentaje de representación del 41%, es decir 40 personas. Es importante resaltar que el 89% de la población encuestada, es decir 87 personas, es mayor de 31 años y se encuentran entre los rangos de edad de 31 y mayores de 60 años. Mientras que solo el 10% de la población encuestada se ubica en el rango de edad entre los 18 y los 30 años. Por lo tanto, es importante que las próximas ferias de servicio se enfoquen en ofrecer información relevante para esta población, por ejemplo en temas de inversión en vivienda, salud, pensiones, entre otros.
- Se resalta que la población de colombianos que asistieron a esta Feria de Servicios en Nueva York son personas que en su mayoría llevan un promedio de 10 años o más años por fuera de Colombia. Sin embargo, también se resalta que existe un porcentaje de la población encuestada que lleva ente 1 y 5 años por fuera del país. Esta situación hace que se tenga que pensar en estrategias que permitan fortalecer los lazos con los colombianos radicados en Nueva York y de las nuevas generaciones de connacionales con el país de origen de sus padres o sus abuelos, teniendo en cuenta que en muchos casos no han vuelto al país en mucho años o incluso no lo conocen. Igualmente, sería importante pensar en estrategias de acompañamiento a las personas que apenas se están adaptando a su nuevo lugar de residencia.
- Las personas con oficios varios representan el porcentaje más alto de la población encuestada (62%), en el cual se identifican personas que son independientes, niñeras, comerciantes, se dedican a la limpieza, entre otros. Luego se encuentra un grupo de personas identificadas con profesiones variadas (16%), en la cual se reconocen personas que son periodistas, administradores, ingenieros, entre otros. Finalmente, se encuentran las personas que se identifican como amas de casa con un 8%, seguido por los pensionados con un 7% y un 6% que corresponde al área de estudiantes o de la educación. En este sentido, es importante ofrecer servicios que estén dirigidos a un número variado de ocupaciones y profesiones, teniendo en cuenta que no hubo una ocupación que sobresalió entre las personas encuestadas.
- Se reconoce que la principal motivación para salir del país es para tener mejores oportunidades laborales, representada en un 37%. A esta razón, le sigue con un 16% la motivación de mejorar la calidad de vida individual o familiar. De esto se infiere que usualmente los colombianos salen del país en búsqueda de mejorar sus posibilidades laborales y sus condiciones de vida.
- Se identifica que para esta Feria de Servicios se utilizaron todos los canales de información y de difusión para darle a conocer su realización a los colombianos residentes en Estados Unidos, particularmente en Nueva York. Sin embargo, es

posible reconocer aquellos que tuvieron mayor acogida, por ejemplo: la televisión con un 18% (18 personas), internet y redes sociales con un 16% (16 personas) y tanto la Oficina del Consulado como a través de un amigo o conocido con un 15% cada una (15 personas). Si bien estos fueron los canales de difusión identificados por más personas, se tiene que también se enteraron de la realización de la feria por medio de la radio, la página web del Consulado, la página web del Ministerio de Relaciones Exteriores, la prensa escrita y otros medios.

- Es importante resaltar que la gran mayoría de los encuestados manifestaron no haber asistido a las conferencias: el 90%, es decir 88 personas. Esto implicó una gran abstinencia en cuanto a responder acerca de la pertinencia de la información brindada por los expositores y de las temáticas tratadas en la Feria de Servicios. De esta situación se deduce que es necesario una revisión en los temas que son tratados en las conferencias, así como las estrategias de difusión para que los asistentes se sientan más interesados y atraídos en acudir.
- El 100% de la población encuestada se encuentra satisfecha con el desarrollo de la Feria de Servicios, de lo cual se puede inferir que para la población residente en el exterior este tipo de actividades son importantes e interesantes.
- Es importante resaltar que el 81% de la población encuestada reside en Nueva York en alguna de las siguientes comunas: Bronx, Brooklyn, Queens o Manhattan. Si bien asistieron personas que residen en otras ciudades de Estados Unidos como Nueva Jersey y Long Island, sería oportuno considerar la necesidad de implementar nuevas estrategias de socialización y difusión que le informen a más personas de otras ciudades (por ejemplo Boston, Washington) sobre esta actividad para que puedan asistir.
- Se identifica que la mayoría de encuestados (65%) manifestaron que la feria les ayudó a obtener más información. De igual manera, el 8% de los encuestados indicó que la feria les ayudó a invertir en vivienda. Por otro lado, el 7% de los encuestados seleccionó la opción de Otros, en el cual manifestaron que la Feria de Servicios les ayudó por ejemplo a abrir una cuenta de ahorros en Colombia o promover su idea de negocio, entre otras. Por lo tanto, si bien principalmente la feria les ayudó a las personas encuestadas a obtener más información, también contribuyó en otros temas que no son considerados en la encuesta como puede ser la promoción de una idea de negocio.
- De acuerdo a lo que manifestaron los encuestados, los principales temas de su interés para obtener una mayor información en las próximas ferias son: vivienda, salud, educación y vinculación laboral. Estos intereses pueden estar relacionados con que la mayoría de los asistentes a la feria son mayores de 31 años por lo que su principal interés radica en la vivienda. Se debe reconocer que a un poco porcentaje de la población, el 3%, le interesa el tema de la política de retorno, lo cual podría ser una oportunidad para socializar y dar a conocer la ley 1565 y hacerla más interesante y comprensible para los connacionales en el exterior.
- El 67% de los encuestados manifestó haber visitado todos los stands de la feria, el 31% indicó no haberlos visitado y un 2% no contestó a esta pregunta. Partiendo de

que la mayoría de los encuestados asistieron a los stands, se puede afirmar que las temáticas de estos y las estrategias para atraer a los asistentes fueron pertinentes. No obstante, cabe resaltar que un número significativo de personas manifestaron no haber asistido, lo cual podría significar pensar en nuevas estrategias de atracción y difusión, relacionados con los intereses de esta población objetivo, para que el número de asistentes en los stands crezca.

- Los colombianos en Nueva York manifestaron en un 54% no tener conocimiento acerca del Programa Colombia Nos Une, mientras que un 46% indicó que sí lo conocía. Teniendo en cuenta esta cifra, es importante establecer nuevas estrategias de difusión y publicidad del Programa Colombia Nos Une, a través de la Oficina del Consulado, por medio de asociaciones de connacionales en Estados Unidos y haciendo uso de las redes sociales, internet, televisión y radio. Lo anterior con el fin de que los colombianos en el exterior conozcan a Colombia Nos Une y las distintas actividades o servicios que este programa presta. Si bien la diferencia entre el porcentaje de personas que conocen al programa y aquellos que no lo identifican no es muy grande, el número de quienes no tienen conocimiento de Colombia Nos Une es mayor y por ello deben considerarse nuevas estrategias de difusión del mismo.

Informe finalizado el 14 de noviembre de 2018.