



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
SOCIALES

MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS, MEDIOS Y OPINIÓN (MIMMO)

Relevamiento de la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos
Aires-Argentina entre los colombianos residentes durante el 2017

Autor: Renzo David Coronado Posso.

Tutor: Mg Alejandro de Marval

Octubre 2018

Esta tesis es dedicada a mi familia, en especial a mis padres, Lisbet y Renso, que con su esfuerzo y trabajo me dieron los instrumentos para labrar mi futuro. A mi tío Paulino y Gloria Elcy, que me dieron el empujón inicial para transitar esta etapa de mi vida.

Gracias a mis maestros por todas las enseñanzas, especialmente a mi Tutor Alejandro y a Florencia, con su guía logré llevar a buen término este proyecto, además, a todos los que creyeron que era posible.

Tabla de Contenido	Página	iv
1. Introducción.....	1	
2. Marco Conceptual.....	5	
2.1 La opinión pública como imagen pública.....	6	
2.2 El concepto Imagen.....	9	
2.3 Desambiguación de los conceptos entorno a los movimientos de personas.....	12	
2.3.1 Migración internacional.....	13	
2.3.2 Migrante, inmigración, emigración y extranjero.....	14	
2.3.3 La inmigración internacional de Colombia.....	15	
2.3.3.1 La migración de colombianos a Argentina.....	16	
3. Objetivos		
3.1 Objetivo General.....	20	
3.2 Objetivos Específicos.....	20	
4. Metodología.....	21	
5. Justificación.....	27	
6. La imagen de Buenos Aires-Argentina entre los colombianos residentes.....	31	
6.1 Descripción de la metodología aplicada y perfil de la muestra.....	32	
6.2 Principales países competidores por la atracción de migrantes colombianos.....	36	
6.2.1 Asociación espontánea de atributos con distintas ciudades a donde migran los ciudadanos colombianos	43	
6.2.2 Asociación guiada de atributos con la Ciudad de Buenos Aires.....	51	

6.2.2.1 Comparación entre la asociación guiada y espontánea de atributos	v
con la Ciudad de Buenos Aires.....	62
6.2.3 Elección de atributos más representativos de la Ciudad de Buenos	
Aires.....	64
6.3 Experiencia de los colombianos residentes en la Ciudad Autónoma De Buenos	
Aires.....	69
6.3.1 Aspectos que más les han gustado a los colombianos de la Ciudad de Buenos	
Aires.....	70
6.3.2 Aspectos que menos les han gustado a los colombianos de la Ciudad de	
Buenos Aires.....	76
6.3.2.1 Comparación entre los aspectos más y menos gustados de la	
Ciudad de Buenos Aires para los colombianos.....	82
6.3.3 Cambio en la opinión de los ciudadanos colombianos sobre la Ciudad de	
Buenos Aires desde su llegada.....	83
6.3.4 Motivo principal por el cual migran los colombianos a la Ciudad de Buenos	
Aires.....	88
6.3.5 Tiempo que se planea invertir en la migración a la Ciudad de Buenos	
Aires.....	94
6.4 Índice de recomendación neta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.....	100
6.4.1 Motivos de recomendación.....	106
6.4.1.1 Motivos de la recomendación entre los colombianos	
detractores de la ciudad.....	107

6.4.1.2	Motivos de la recomendación entre los colombianos	vi
	promotores de la ciudad.....	113
6.4.1.3	Comparación entre los Motivos de recomendación de los	
	detractores y promotores de la Ciudad.....	119
7	Conclusiones y recomendaciones.....	121
8	Bibliografía y fuentes consultadas.....	126
9	Anexo (Cuestionario).....	136

1. Introducción

1. Introducción

Según el Censo de Población, Hogares y Vivienda de 2001, en Argentina se encontraban radicados 3.876 ciudadanos colombianos; para el censo de 2010, el número pasó a 17.516 ciudadanos registrados (Organización Internacional Para las Migraciones O.I.M, 2016, p. 9), observándose así un aumento de más del 400% de la población de origen colombiano en un periodo de 9 años.

Claudia Hernández (2010) sostiene que los motivos de la migración colombiana hacia Argentina se pueden fundamentar principalmente en tres aspectos: 1- la gratuidad de la educación universitaria 2- la amplia oferta de posgrados y sus bajos costos, 3- la calidad educativa con respecto a otros países de la región (p. 11). Dicha Postura se considera altamente respaldada por la Organización Internacional para las Migraciones O.I.M (2016), que resalta las siguientes cifras del Banco Mundial (2011): “la tasa de migración de capital humano altamente calificado corresponde al 10.4% de la población colombiana de los cuales 5.7% son médicos...” (O.I.M, 2016, p.11). Además, agrega que los principales destinos son España, Estados Unidos, Francia, Alemania, Brasil y Argentina (ibíd.). Como se puede apreciar, los principales países elegidos en Sur América son Brasil y Argentina, siendo este último con el que se comparte el idioma.

El censo de 2010 indica que los principales destinos elegidos en Argentina por los ciudadanos colombianos son: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza (O.I.M, 2016, p.19). Mostrando una tendencia a la concentración en la Ciudad

Autónoma de Buenos Aires, donde residen el 77% del total de los migrantes colombianos (Ibíd.). Señalando así una propensión por destinos urbanos.

Como queda expuesto, la ola migratoria de colombianos hacia Argentina ha mostrado un fuerte crecimiento, es movida mayoritariamente por temas académicos, con una tendencia a la concentración en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ahora, cabe preguntar ¿qué imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tienen los ciudadanos colombianos residentes? ¿Qué atributos componen la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para los ciudadanos colombianos residentes? ¿Cuáles elementos mejoran o empeoran la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para los ciudadanos colombianos residentes? Estas cuestiones serán tratadas en la presente investigación.

Con esto en mente, esta tesis se encuentra dividida en cuatro partes. En la primera parte se hace un abordaje de los principales conceptos utilizados a lo largo de la investigación. El primer concepto expuesto es de opinión pública y cómo puede ser entendido como imagen pública; a continuación, se define el concepto imagen y los principales elementos. Luego de esto, se hace una desambiguación de los conceptos en torno a los movimientos de personas, migración, migrante, inmigración, emigración, extranjero; también se habla de la migración internacional de Colombia y de la migración de colombianos a Argentina.

En la segunda parte se expone el objetivo general: determinar la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los colombianos residentes durante el

2017, así como los objetivos específicos. De igual forma se expone la metodología aplicada, los instrumentos, marcos muestrales, además se calcula el tamaño de muestra que se debería lograr para alcanzar representatividad, entre otros elementos de la metodología y luego se expone la justificación de la investigación.

La tercera parte aborda la investigación en sí, se detallan las encuestas realizadas efectivamente, se describe la muestra. Adicionalmente se explica cómo se pondera la muestra para que se asemeje más al universo estudiado. En esta misma parte también se detallan los tipos de preguntas efectuadas en la encuesta y además se explica cómo a partir de variables de clasificación se logra construir el nivel socioeconómico de los colombianos residentes en Buenos Aires.

Cada una de las preguntas realizadas para determinar la imagen de la Ciudad de Buenos Aires es tratada en subcapítulos por separado, a su vez; cada pregunta es mostrada con distintas aperturas para profundizar el análisis. Las aperturas que se trataron a lo largo de la investigación fueron: género, edad, tiempo de residencia en la Ciudad y nivel socio económico (NSE) y al final de cada subcapítulo se encuentra una síntesis de los perfiles más destacados para cada pregunta.

Finalmente, en la cuarta parte se encuentran las conclusiones de la tesis. En esta parte se hace una recopilación transversal de los hallazgos más interesantes sobre la imagen de la Ciudad y se dan recomendación para fomentar la migración de colombianos. También se detalla la bibliografía, fuentes consultadas y en el anexo se incluye una encuesta realizada.

2. Marco Conceptual

2. Marco Conceptual

Teniendo en cuenta que los ejes conceptuales principales de esta investigación giran en torno a la opinión pública-imagen pública, la imagen, y los migrantes; se hace necesario definir cómo serán entendidos estos conceptos a lo largo del texto, para ser más exactos y acotados en su comprensión.

2.1 La opinión pública como imagen pública.

Se debe aclarar la inexistencia de consenso en la definición del concepto opinión pública, debido a la variedad de acepciones adoptadas a lo largo de la literatura. Esto ocurre porque “cada autor contempla una postura acerca de la materia y de la expresión opinión pública, utilizándolas con sentidos no idénticos, pero sí con referencias enfocadas hacia un mismo fenómeno social” (Carlos Sánchez, 1999, p. 323) lo que se traduce, en palabras de Phillips Davison citado por Noelle Neuman, (1993) como “la ausencia de una definición de opinión pública aceptada por todos” (p.5).

Carlos Sánchez (1999) afirma que las distintas formas para referirse al concepto van a variar de la siguiente manera; cuando se refiere al grupo social o psicológico (es decir el público) que es portador de la opinión, se estará hablando de opinión pública en sentido subjetivo o personificado. Cuando sea a las ideas o a las actitudes del grupo, será opinión pública en sentido objetivo; la cual puede presentar dos diferencias, el juicio colectivo sobre un hecho o sobre una situación: opinión pública juicio y las condiciones culturales y psicológicas que concurren para determinar aquel mismo juicio colectivo

(opinión pública matriz). Cuando se hable de los instrumentos será opinión pública en sentido instrumental (p. 323).

Las anteriores líneas ponen de manifiesto algunos elementos fundamentales del concepto opinión pública. El tomar las ideas de grupos y no de individuos, si bien son opiniones individuales; se hacen relevantes al expresarse por grupos y el no limitar la utilización del concepto a lo político. Teniendo esto presente, se toman las palabras de la Enciclopedia Británica (2018) que define a la opinión pública como:

un conjunto de puntos de vista, actitudes y creencias individuales sobre un tema en particular, expresado por una proporción significativa de una comunidad... la influencia de la opinión pública no se limita a la política y las elecciones. Es una fuerza poderosa en muchas otras esferas, como la cultura, la moda, la literatura y las artes, el gasto del consumidor, el marketing y las relaciones pública (párr. 1 y 2)

Lo anteriormente mencionado ayuda a ilustrar los fundamentos del concepto y la dificultad que reviste darle una significación única. Pero en aras de una delimitación conceptual, se recurre a la definición dada por Cándido Monzón, quien afirma que existen dos maneras de entender el concepto de opinión en la actual sociedad de la información: “la primera, como sinónimo de impresión o imagen y, la segunda, como expresión verbalizada de la racionalidad del ser humano” (Cándido Monzón, 2001, p. 11).

En la presente investigación se hará referencia al primer significado dado por Monzón, es decir; como imagen. Esto se debe a que: “La opinión pública, entendida como imagen pública, está más cerca del sentimiento que de la razón y su vigencia le viene de la fuerte dependencia que tiene de los medios de comunicación” (Ibíd, P.1).

Lippman también entiende la opinión pública como imagen pública al afirmar que “...las imágenes mentales de propios y extraños sobre los asuntos públicos, sobre ellos mismos y los demás, sobre sus necesidades, intenciones y relaciones, constituyen sus opiniones públicas” (Cándido Monzón, 2013, p.15). En igual línea lo hace Joan Costa, citado por Cándido Monzón (2001) al definirla como:

La representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos capaces de influir en los comportamientos y modificarlos. Las imágenes, como las opiniones, nos remiten a una actividad psicológica de tipo sensitivo, perceptivo y mental, que se configura y expresa en forma de Gestalt. Son las impresiones, la "línea" a favor o en contra que toman las personas, muchas veces sin saber por qué y que están presentes en la mayor parte de los acontecimientos sociales (p. 11).

En esta definición se destacan algunos apartados importantes de la opinión pública como imagen pública; 1- el carácter colectivo de la opinión, dejando a un lado las opiniones en la esfera de lo privado, 2- el abordaje integral, dado a la forma de percibir las imágenes como un todo y no la suma de sus partes, 3- el carácter de las opiniones al poder ser de aprobación o rechazo y 4- La irracionalidad de las opiniones expresadas en los acontecimientos sociales.

Carlos Sánchez, (1999, p.329), expone un modelo para entender el carácter que puede tomar la opinión pública. Advierte que está integrado por tres componentes a saber:

- El objeto: entendido como el estímulo capaz de producir una respuesta, sobre el cual el sujeto emite un juicio valorativo.

- La dirección: es la orientación o sentido que toma la opinión pública, oscilando entre la aprobación o el rechazo y en un punto cero el desconocimiento, se encuentra atravesada por atributos emotivos o afectivos.
- La intensidad: hace referencia al grado de adhesión ante una opinión. El mismo autor recurre a lo postulado de Robert Lane y David O. Sare para definirla como el interés, la preocupación y la firmeza de una opinión.

2.2 El concepto de imagen

El diccionario de la Real academia de la lengua española (2017), en su versión disponible en la página web oficial, da distintos significados al concepto imagen. En una primera instancia define el concepto como figura, representación, semejanza o apariencia; luego lo hace como estatua, efigie o pintura. Acto seguido lo relaciona con lo óptico y con la reproducción de la figura de un objeto (párr. 1). Finalmente, lo lleva al campo de lo retórico y lo describe como... “recreación de la realidad a través de elementos imaginarios fundados en una intuición o visión del artista que debe ser descifrada (RAE. 2017. Párr.1).

Todas estas definiciones ponen de manifiesto lo cotidiano del concepto y las múltiples acepciones que puede tomar. Esta postura es altamente respaldada por César González O. (2005) quien afirma que “...la noción de imagen tiene, potencialmente, innumerables actualizaciones, unas dirigidas a los sentidos, otras al intelecto: se habla de imágenes mentales, de otras construidas solo de palabras, de imágenes poéticas, etc...” (p. 32).

En el mismo sentido se manifiesta Roman Gubern (2013) cuando habla acerca de las representaciones generadas en la mente de las personas a través de la percepción del mundo. Dice que pueden hacerse presentes en la mente de varias formas, sea en palabras (pensar), en imágenes (imaginar) o entremezcladas (Gubern, R. 2013) “Además no son neutras, constituyen puntos de vista predicativos. Constituyen adjetivos, porque transmiten una constelación de connotaciones” (Ibíd.).

Justo Villafañe (2006) dice que la imagen como representación es la conceptualización más cotidiana que se posee (p. 29). Sin embargo afirma que el concepto implica el pensamiento, la percepción, la memoria y, en suma, la conducta (ibid.), entonces se puede entender que la imagen va más allá de lo icónico.

Pero en ansias de mantener sencillo el concepto, Justo Villafañe asevera que se debe recurrir a la esencia y para ello a tres hechos irreductibles: una selección de la realidad, unos elementos configurantes y una sintaxis, entendida como el orden atados a dos procesos: percepción y la representación (Villafañe, J. 2006. P.30).

Es así como toda imagen, independiente de su naturaleza, puede ser comparada. La selección de la realidad representa el momento, el anclaje con el mundo; los elementos configurantes, son los atributos constituyentes que pueden percibirse y la sintaxis u orden, entendible como las posiciones o el estado de la representación.

De la percepción, sostiene Villafañe (2006), dependen todos los mecanismos de selección de la realidad (p.30) y sobre las representaciones se manifiesta Joan Costa, citado por Iván Abreu (2001) de la siguiente manera:

La conciencia es un campo incierto depositario de los recuerdos, residuos de la memoria que son el material de la cultura personal y elementos que se usan, conscientemente o no, para aprender, comprender, evaluar, razonar y actuar en el devenir cotidiano, con la particularidad de que se actualizan, aparecen y desaparecen en la conciencia, surgiendo espontáneamente, voluntariamente o movilizados desde afuera por estímulos ajenos (párr.7)

Abreu resalta, acerca de las representaciones imaginarias, que son las conocidas cotidianamente con la palabra “Imagen”. De esta forma, se tiene elementos importantes para distinguir el concepto, la generación de la representación mental se da a través de la percepción del mundo, en un orden. En la misma línea, se distinguen tres tipos de imágenes:

- 1- “Las retinianas, producto del sistema perceptivo
- 2- Las icónicas del entorno, fabricadas por los seres humanos por medios técnicos
- 3- Las mentales, elaboradas por el cerebro y retenidas por las neuronas” (Abreu. I. párr. 10)

Dejar esto en claro permite dar el siguiente paso y abordar la necesidad a la que responden las imágenes. La respuesta más general es “que las imágenes responden a necesidades simbólicas; es decir, constituyen una manera de establecer la mediación entre el hombre y el mundo: las imágenes son símbolos, pueden actuar como representantes de las cosas del mundo” (González O. C. 2005. P.32).

Según Ruth Amossy y Anne Herschberg (2001) Los estereotipos, en el caso de las ciencias sociales, pueden ser entendidos como imágenes (p.31) además agrega, “...estas

imágenes de nuestra mente son ficticias, no porque sean mentirosas, sino porque expresan un imaginario colectivo...” (p.32).

Lo mencionado por Amossy y Herschberg es altamente útil para esta investigación porque: En primer lugar, conecta al campo de la semiología y del estudio de los signos con el campo de la opinión pública y en segunda instancia, el estudio de la imagen en el sentido de opinión pública. Esto debido al carácter colectivo, junto con los imaginarios que se tienen y la expresión de esas imágenes mentales; que es el sentido en el que se trabaja el concepto imagen en esta investigación.

Además, Ruth Amossy y Anne Herschberg (2001) agregan que para el abordaje de los estereotipos (imágenes) en las ciencias sociales, el uso de cuestionarios con asociación de atributos contribuyó a su estudio debido a la simplicidad (p.37). Se menciona esto, porque en la presente investigación, se hace uso de este tipo de preguntas para determinar la imagen pública de la Ciudad entre los colombianos.

2.3 Conceptos entorno a los movimientos de personas

“Los flujos migratorios no son fenómenos aislados, son parte de la historia humana desde el principio de los tiempos” (Díaz, G, 2007, p.158). Y en la actualidad vuelven a tener relevancia porque “Están altamente condicionadas por el rápido proceso de cambio económico, político, medioambiental y sociocultural ocurrido en los últimos años, como consecuencia de la modernización, descolonización y desarrollo desigual” (ibid).

Las palabras de Gustavo Díaz recogen lo actual del fenómeno migratorio, también indican los distintos campos de estudio tocados al aproximarse a lo relacionado con el estudio de las migraciones. Junto con lo anterior, indica como posibles causantes de los fenómenos migratorios a la modernización, en todos los campos; las independencias de Estados y las desigualdades entre las sociedades.

Además, como sostiene Mariana Ruiz (2004)

Damos por supuesto qué entendemos por inmigrante, qué significa cultura, hablamos de integración constantemente... sin caer en la cuenta de que no compartimos siquiera el significado de tales palabras y cada uno actúa sobre la base de su propio bagaje e ideología (p. 11).

De la ausencia de un significado único entorno al estudio de las migraciones y la constante superposición de términos, es que surge la necesidad de exponer las principales características de los conceptos que giran en torno a los movimientos de personas, porque estos conceptos aparecerán a lo largo de la presente investigación de forma transversal.

2.3.1 Migración Internacional

La migración que se va a tener en cuenta es la migración internacional de ciudadanos colombianos. Entendiéndose por migración internacional “el movimiento de personas, es decir no nacionales o extranjeros, que cruzan las fronteras nacionales con otros propósitos que no sean el turismo o las estancias breves” (Díaz, G, 2007, p.158).

Esta primera definición abre las puertas para profundizar en el concepto, esboza las ideas generales de la migración. El acto de moverse de forma voluntaria realizado por una persona o grupo de personas, el cruzar las fronteras por cualquiera de los medios

disponibles, el hacerlo con un motivo y el periodo de tiempo que transcurre desde el movimiento inicial.

Ravenstein citado por Gustavo Díaz (2007) consideraba la mayoría de las migraciones son algo voluntario, por lo que sobre los estímulos para emigrar se puede hablar de facilidades educacionales, salubridad del clima o carestía de vida. (p.158). Dicho de otro modo, los migrantes internacionales realizan el movimiento de forma consciente, cruzan las fronteras motivados por la posibilidad de mejorar sus niveles académicos, encontrar un lugar más agradable para vivir o calidad de vida.

Además, sostiene Gustavo Díaz (2007) que las teorías económicas de las migraciones ponen foco en el capital humano, postulando que la gente decide invertir en migración del mismo modo que deciden invertir en educación, ya que ésta aumenta su capital humano y trae futuras ganancias (p.161).

Es decir, los migrantes internacionales saben que el realizar un proceso migratorio tiene como finalidad aumentar sus capacidades intangibles; conocimiento, experiencia, formación y que el dinero gastado en dicho proceso será recuperado en algún punto del futuro.

2.3.2 Migrante, Inmigración, Emigración y Extranjero

Existen distintos conceptos que se entremezclan a la hora de hacer referencia al movimiento de personas; según Mariana Ruiz (2004):

Se habla de inmigrante y extranjero como palabras sinónimas cuando sin embargo tienen distinto significado. La noción de migrar (inmigrar, emigrar) alude a un cambio de residencia: es un concepto demográfico y no refiere a otras consideraciones

políticas, económicas o jurídicas. Extranjero es en cambio un término jurídico. (P.12)

En el mismo sentido se manifiesta y amplía Etelvina Guzmán (2005) cuando afirma que un “inmigrante es aquella persona que decide salir de su lugar de origen para trasladarse a otro” (p.8) y cita al Manual de métodos de medición de la migración de las Naciones Unidas (1972) al señalar que “todo traslado es una emigración con respecto a la zona de origen y una inmigración con respecto a la zona de destino” (Guzmán, E, 2005, p.8). De estas definiciones se puede resaltar los elementos principales de los conceptos a saber, una persona migrante es al mismo tiempo emigrante, inmigrante y extranjero, el concepto se ajusta acorde al enfoque que se quiera dar.

2.3.3 La migración internacional de Colombia.

A diferencia de Argentina, gran país receptor de migrantes europeos durante mediados del siglo XX a causa, entre otras cosas, de la primera y segunda guerra mundial ; y más recientemente de países limítrofes. Colombia ha seguido un camino diferente, “los flujos migratorios no han formado parte fundamental de la historia de Colombia, por lo menos hasta hace poco” (Mauricio Cárdenas y otros, 2006, p.4).

Esto ha producido que la temática de las migraciones internacionales “no hayan sido tema central de la literatura especializada en Colombia” (ibid) lo que dificulta su estudio, además, “a pesar de la creciente atención que se le está prestando al fenómeno, es relativamente poco lo que sabe acerca de cuántos son, quiénes son y cuál es la situación actual de los colombianos en el exterior y los inmigrantes en Colombia.

Tampoco hay estudios que exploren rigurosamente cuáles son los factores determinantes en la decisión de migrar” (ibid).

Tal es la magnitud en la falta de estudios sobre el fenómeno de las migraciones internacionales de Colombia, que la Organización Internacional para las migraciones (OIM), ha adelantado en los últimos años significativos esfuerzos para llenar el vacío académico en el tema de las migraciones internacionales y ha procurado recopilar gran parte de la información disponible con la producción de textos tales como: el perfil migratorio de Colombia 2010 y su posterior actualización en 2012, el panorama migratorio de América del Sur 2012 y más recientemente, el texto la migración colombiana en Argentina (2016).

Si bien estos textos son bastante completos, rigurosos y fueron un insumo fundamental a lo largo de la presente investigación, es necesario marcar la concentración y lo reciente de la producción académica sobre el estudio del fenómeno de las migraciones internacionales de Colombia y la necesidad de continuar profundizando en el estudio del fenómeno.

2.3.3.1 La migración de colombianos a Argentina

Como se mencionó anteriormente, Colombia no se ha caracterizado por ser un país receptor de grandes flujos migratorios, salvo en la actualidad; por el flujo de Ciudadanos venezolanos que huyen de su país producto del desabastecimiento de todo tipo de bienes, productos y servicios.

Al contrario, Colombia se ha caracterizado por ser un país de emigrantes, al punto tal que aproximadamente el 9% de la población, es decir 3.331.107 ciudadanos colombianos viven fuera del país (Vono, D.2010, p.10). Ubicando en el primer puesto en lo que refiere a países con mayor población de emigrantes en Sur América.

Como se mencionó al principio de la presente investigación “los principales destinos elegidos por los colombianos que migran al exterior son España, Estados Unidos, Francia, Alemania, Brasil y Argentina (O.I.M, 2016, p.11). Además, en la argentina, la migración de ciudadanos colombianos no es una de las más numerosas. Sin embargo, “en los últimos años se ha incrementado considerablemente, sobre todo su visibilidad, por encontrarse concentrados principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y realizando actividades académicas en las casas de altos estudios” (ibid).

La Organización Internacional para las migraciones (OIM) (2010) afirma que:

Según los datos que aportan los censos de población realizados en Argentina en el año 1960 se registraron 1.138 colombianos, en 1980 un total de 1.864 y en 1991 la cifra se elevó a 2.638. En los años 2001 y 2010, el crecimiento que tuvo la población de colombianos en el país fue muy significativo; mientras en el año 2001 residían 3.876 colombianos, en el año 2010 esta cifra ascendió a 17.576 (p.12)

Lo anterior pone de manifiesto el crecimiento que ha tenido la migración de colombianos a Argentina, y lo brusco del crecimiento pues en los primeros 10 años del siglo XXI se pasó de 3.876 a 17.576, lo que significa un aumento del 400%, aproximadamente, en la cantidad de colombianos residiendo en un corto periodo de tiempo.

Lo repentino del incremento en la cantidad de colombianos residiendo en Argentina se podría explicar a la luz de dos hechos. El primero, las desigualdades en las condiciones de vida y de desarrollo entre ambos países (OIM 2016, p.12) que como se menciona anteriormente, puede ser un causante de migración y el segundo hecho es el “cambio en las políticas migratorias en Argentina con la promulgación de la ley 25.871 en el año 2003, que permite la regularización de la situación migratoria” (Nejakis, L. y otros. 2007) de:

los extranjeros nativos de los Estados miembros del MERCOSUR y Estados asociados. El programa implementa un nuevo criterio de radicación basado en la acreditación de la nacionalidad de uno de los países de la región y adoptando la buena fe como principio rector (Nejakis, L. y otros. 2007, p.1).

Si bien el incremento de la población colombiana residiendo en Argentina se puede considerar significativamente alto, llegando a ser, según datos de la dirección nacional de migraciones DNM (<https://www.dnm.gov.ar>) de 20.902 colombianos residiendo en 2015; para el año 2017, se encontraban residiendo en el país 16.114 inmigrantes en total.

Lo anterior muestra una propensión de la población colombiana a inmigrar a la Argentina mayoritariamente por periodos de tiempo determinados, además muestra una tendencia decreciente, tras haber alcanzado el mencionado pico en 2015. Fuera de lo anterior, según los mismos datos mencionados de la DNM (ibid) la población colombiana se encuentra en quinto lugar en volumen, superada por los paraguayos, bolivianos, venezolanos y peruanos.

3. Objetivos

3. Objetivos

3.1 Objetivo General:

Determinar la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina, entre los colombianos residentes durante el 2017.

3.2 Objetivos Específicos.

- Identificar los componentes de la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina, entre los colombianos residentes.
- Establecer los atributos que mejoran o empeoran la imagen de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina, entre los colombianos residentes.

4. Metodología

4. Metodología

Partiendo del hecho, que la motivación para realizar la presente investigación es: determinar la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina entre los ciudadanos colombianos residentes; se considera al Test de imagen y posicionamiento como el diseño de investigación más apropiado. Haciendo encuadrar esta investigación en una de tipo exploratoria, porque se está estudiando un fenómeno poco estudiado y descriptiva porque se van a describir las distintas dimensiones de la imagen pública de la ciudad para los colombianos.

La razón para esta decisión metodológica se basa en el material impartido por Alejandro De Marval (2012) en la clase introductoria a la cátedra de Marketing Mix de la Maestría en Investigación de Mercados, Medios y Opinión pública de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, ubicada en Buenos Aires-Argentina.

En dicho material, se expone que el mencionado diseño sirve para evaluar la imagen y el posicionamiento de la marca, en este caso sería la Ciudad de Buenos Aires, en sí misma y en relación con su competencia. A través de la indagación de la recordación global de la marca, de la recordación propia y de la competencia, la valoración de una serie de atributos propios y de la competencia. Además, se puede encontrar fortalezas oportunidades y amenazas a la imagen (De Marval, 2012).

La implementación del test de imagen y posicionamiento utilizado en esta investigación se enmarcó en la metodología cuantitativa, porque lo que se busca es “La separación del investigador del objeto de estudio, para poder generar conocimiento

objetivo sobre él” (Sautu, R. Boniolo, P. Dalle, P. Elbert, R. 2010,p. 46) meta difícil de alcanzar mediante un método cualitativo debido al papel activo jugado por el investigador (ibid,p.47).

Los métodos y las técnicas de recolección seleccionados para llegar al objetivo fueron: durante el acercamiento al objeto de estudio, la encuesta mediante la aplicación de un cuestionario semiestructurado y el análisis de datos cuantitativos secundarios, esto a través de la revisión de documentos, textos, libros y noticias como complemento durante el análisis de los datos de los resultados del cuestionario.

Para determinar la imagen pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina, se seleccionó la encuesta porque, como sostiene Ruth Sautu y Otros (2010) la encuesta es útil cuando “se quiere dar cuenta de los aspectos estructurales y/o atributos generales de una población o las razones u opiniones que tienen las personas acerca de determinados temas” (p. 48).

El cuestionario aplicado a los colombianos residentes en la Ciudad indaga acerca de temas relacionados a ciudades atractivas para migrar y atributos de algunas de ellas, así mismo de la Ciudad de Buenos Aires, además se evalúa de forma abierta y espontánea, lo más y menos gustado de la Ciudad; esto con el objetivo de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, además de darle forma a las razones u opiniones, en la voz de los encuestados.

Acto seguido, se pregunta por el motivo de la migración, la existencia de un cambio de opinión sobre la Ciudad, el tiempo que se deseaba invertir en la migración y

finalmente, se consulta acerca de la posibilidad de recomendar a la Ciudad como destino migratorio y la razón de la recomendación. Adicionalmente se hicieron preguntas acerca del género, la edad, ocupación, nivel de escolaridad, entre otras, para caracterizar y segmentar a la población estudiada y a sus respuestas.

El tipo de muestreo elegido para esta investigación es el muestreo no probabilístico por conveniencia. La razón para usar un muestreo no probabilístico es la dificultad que implica obtener un censo de la población de colombianos residiendo en la Ciudad de Buenos Aires, para hacer una selección aleatoria, donde todos los residentes tengan la misma probabilidad de ser elegidos.

El muestreo no probabilístico por conveniencia se hace, valga la redundancia, por su conveniencia ya que el investigador “selecciona una muestra de la población por el hecho de ser accesible” (Ochoa, C. 2015. Parr 1) esto permite el empleo de individuos dispuestos a colaborar de forma voluntaria y que, a criterios del investigador, poseen características útiles para dar cumplimiento al objetivo de la investigación. La única limitante es hacer a los resultados no sean representativos del universo estudiado. Esto significando, que los hallazgos de la presente investigación se limitan a la muestra estudiada.

Teniendo esto en mente, para poder acercarse a la población objeto de estudio, se recurrió a la red social Facebook. En dicha red social, se buscaron grupos de colombianos residentes en la ciudad y se procedió a publicar una serie de mensajes, con un enlace a la encuesta, que invitaban a los colombianos a participar en el estudio. La población

objetivo fueron: colombianos, Hombres y mujeres, entre los 18 a 65 años, residentes en la Ciudad desde hace al menos tres meses al momento de efectuarse la encuesta.

En las siguientes líneas se resume lo expuesto en las anteriormente, respecto de la metodología a aplicada

Ficha Metodológica:

- Metodología: Investigación cuantitativa.
- Diseño: Test de imagen y posicionamiento
- Tipo de investigación: Descriptiva-exploratoria
- Técnica de recolección de datos:
 - Encuestas Online
- Instrumento:
 - Cuestionario semiestructurado, con preguntas abiertas y cerradas.
- Análisis estadístico mediante SPSS
- Fecha de campo: Julio 12 de 2017 a 26 de octubre de 2017

Diseño Muestral

- Unidad de Análisis: Hombres y Mujeres ciudadanos colombianos, residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de 16 a 65 años, con una radicación de tres meses o más.
- n esperado = 400
- Muestreo:
 - No Probabilístico por conveniencia

- Marco Muestral: Participantes de los grupos de Facebook:
 - Colombianos en Buenos Aires
(<https://www.facebook.com/groups/nuevogrupoacolombiano/>)
 - Colombianos en Argentina
(<https://web.facebook.com/groups/18948930232/?ref=ts&fref=ts>)
 - Colombianos Residentes en Argentina
(<https://web.facebook.com/groups/ColombianosResidentesenArgentina/?ref=ts&fref=ts>)
- Si el muestreo fuese probabilístico el intervalo de Confianza: 95% y el error de estimación: 5%, se calcularía el tamaño de muestra para lograr representatividad detallado en la tabla número 1.

Tabla 1. Cálculo del tamaño de la muestra para lograr representatividad.

Tamaño de la muestra	$N = Z^2 P \times Q \times N / E^2 (N-1) + Z^2 P \times Q$
calculado para una	$N = 1.96^2 \times 50 \times 50 \times 30000 / 5^2 (30000-1) + 1.96^2 \times 50 \times 50$
población finita	$N = 3.8416 \times 50 \times 50 \times 30000 / 25 (30000-1) + 3.8416 \times 50 \times 50$
	$N = 288120000 / 25 (30000-1) + 9604$
	$N = 288120000 / 749975 + 9604$
	$N = 288120000 / 759579$
	$N = 379.32$

5. Justificación

5. Justificación

Ante el incremento dado de la población de colombianos residiendo en la Ciudad de Buenos Aires y Argentina, durante el principio del siglo XXI y el sostenimiento de las personas viniendo en los años subsiguientes; como se sustenta en líneas anteriores, principalmente atraídos por la educación. Definir, explorar y describir la imagen que tienen los colombianos de la Ciudad se hace perentorio.

La presente investigación surge de la necesidad de estudiar el fenómeno migratorio de los colombianos en Buenos Aires. Esto mediante los atributos que perciben, los imaginarios que los motivaron a elegir la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, su experiencia cotidiana, lo bueno y lo malo; las motivaciones para migrar, las razones para quedarse o irse. En otras palabras, entender lo que significa y el interés que despierta la ciudad en los colombianos. Bien lo expone Carlos Sánchez (1999) “la opinión pública como fenómeno social, permite medir, cuantificar y cualificar actitudes y opiniones de un grupo humano en torno a un objeto de interés común.” (p.333).

Esto principalmente debido a que no se cuenta con suficientes estudios que aborden la temática de esta investigación y la alta concentración de las fuentes que puedan llegar a investigar el fenómeno migratorio de los colombianos. Como se expuso en el marco teórico, gran parte del estudio de la migración de colombianos viene de la OIM; y esta institución centra gran parte de sus investigaciones en describir el fenómeno y más reciente, en entrevistar a algunos migrantes, pero no en el estudio de la imagen pública u opinión pública de la una ciudad como elemento transversal del proceso migratorio.

Sumado a lo anterior, el estudio de la imagen pública u opinión pública de la Ciudad de Buenos Aires busca dar una mirada novedosa, ser un insumo importante, útil para la comunidad académica interesada en el estudio del fenómeno migratorio colombiano en la Argentina, o de cualquier destino con alto atractivo para un determinado grupo de personas; también para los estudiosos de la opinión pública, la semiótica y demás campos tocados en esta investigación.

Además, puede trascender la frontera académica y servir de base para futuras investigaciones de mercado de compañías argentinas interesadas en realizar alianzas y/o negociaciones estratégicas con ciudadanos colombianos. Asimismo, los resultados pueden ser útiles para las instituciones educativas que deseen atraer a ciudadanos colombianos que migran por razones académicas.

De igual manera, las agencias de viajes podrán utilizar esta investigación como insumo para fortalecer sus portafolios de servicios. Incluso al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires podría resultarle útil para el desarrollo de políticas públicas que organicen y alienten el proceso migratorio, para sus comunicaciones y el soporte operativo.

6. La imagen de Buenos Aires-Argentina entre los
colombianos residentes

6. La imagen de Buenos Aires-Argentina entre los colombianos residentes.

Para determinar cómo se compone la imagen de la Ciudad de Buenos Aires entre los colombianos residentes se realizó un cuestionario semiestructurado. Se incluyeron ocho preguntas de clasificación con el objetivo de tener variables de cruce para enriquecer el análisis, una para comentarios que pudieran surgir durante la encuesta, otra con el e-mail de contacto de los participantes como opcional y once preguntas sobre el tema del presente trabajo.¹

Dichas preguntas seleccionadas para el desarrollo de la investigación giran, en una primera instancia, en torno al posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires en la mente de los colombianos residentes, luego se procede a indagar el grado de asociación de una serie de atributos con distintas ciudades y con la Ciudad de Buenos Aires; posteriormente se avanza en cuestiones relacionadas sobre la experiencia en la Ciudad.

Lo más y menos valorado, en el motivo principal de la migración, los cambios ocurridos en la percepción de la Ciudad, antes y después de llegar, el tiempo que se pensaba destinar a la migración y la probabilidad de recomendar la Ciudad a otras personas, así como el motivo de esa recomendación. Antes de empezar con los resultados de la investigación, se procederá a describir a los ciudadanos colombianos encuestados.

¹ El cuestionario se puede ver en el anexo al final del documento.

6.1 Descripción de la metodología aplicada y perfil de la muestra

Para el siguiente estudio se logró encuestar efectivamente 372 colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires, con una residencia mayor a tres meses, hombres y mujeres de 18 a 65 años. Si la encuesta hubiese sido probabilística, el error muestral sería de $\pm 5\%$ para el supuesto más favorable donde la probabilidad de éxito fuese igual a la probabilidad de fracaso. El trabajo de campo se realizó del 12 de Julio del 2017 al 26 de octubre del 2017 y la preparación de la base tomó cerca de cuatro meses antes de encontrarse apta para procesar datos. El trabajo de procesamiento, análisis y graficación tomó cerca de 5 meses, el tiempo total tomó cerca de 13 meses.

Posteriormente se procedió a utilizar la información que pudiera ayudar a dar las distribuciones, lo más exactas posibles, de la población colombiana residente en Argentina. Se tomó el estudio: “La migración colombiana en Argentina”, realizado por el consulado de Colombia en Buenos Aires, la Organización Internacional para las migraciones y la Universidad Tres de Febrero.

En el mencionado estudio se usa el Censo Nacional de Población, Hogares y vivienda 2010 para describir a la población colombiana así: “en el año 2010 se ve una baja en la participación de las mujeres colombianas respecto del total de colombianos en el país, pasando a representar el 51%” (OIM, 2016, p.20). Y acerca del último nivel académico alcanzado describe que “16% ha realizado estudios de posgrado y 42% estudios de grado” (OIM, 2016, p.26).

Teniendo estos datos en cuenta, se procedió a ponderar la base para aproximar la distribución real obtenida (32% hombres y 68% mujeres), debido al alto porcentaje de mujeres que participaron. Se tomaron los datos obtenidos y ponderaron acorde a los datos expuestos anteriormente. La distribución resultante se puede observar en la figura número 1.

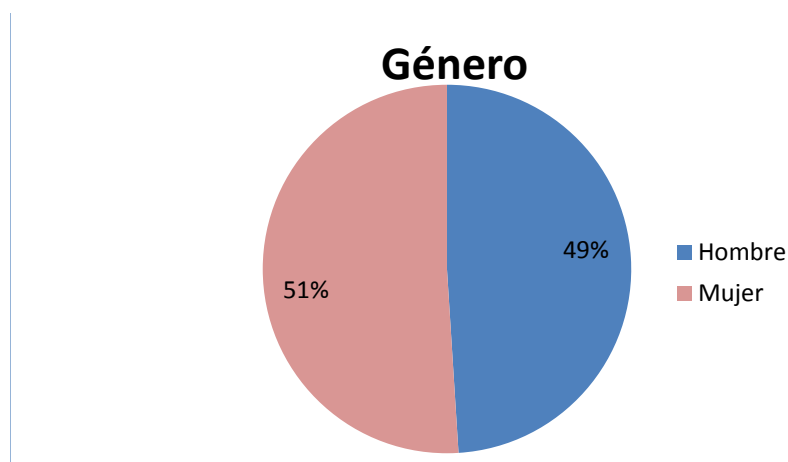


Figura número 1. Distribución por género de la población colombiana encuestada en el estudio tras ponderar la variable.

Posteriormente se tomó la pregunta ¿cuál es el máximo nivel de estudios alcanzados? Donde los resultados reales obtenidos fueron los siguientes: posgrado incompleto o completo 38%, universitario 32% y secundario completo 30%. Es interesante destacar que ninguno de los participantes en el estudio tiene un grado académico inferior al secundario completo. Luego de ponderar teniendo en cuenta el estudio de la OIM; los datos de la distribución quedaron como se puede ver en la figura número 2.

Máximo nivel académico alcanzado

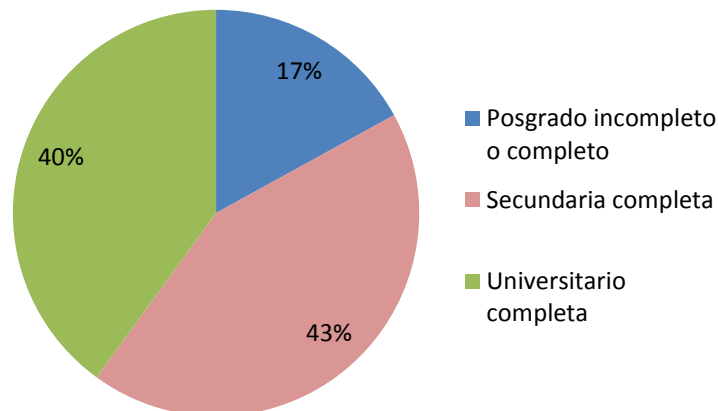


Figura número 2. Distribución por máximo nivel académico alcanzado por de la población colombiana encuestada en el estudio tras ponderar la variable ya habiendo ponderado el género.

El tiempo de residencia en la Ciudad de Buenos Aires fue otra variable importante tomada en cuenta al momento de seleccionar a los participantes del estudio. Se eligió el plazo de tres meses como mínimo debido a que es la vigencia de la visa de turista estampada a los visitantes en el pasaporte (Ministerio de relaciones exteriores y de culto, 2018).

Luego de ese tiempo, se tiene la opción de renovar la visa por tres meses más o empezar el trámite para la obtención de la residencia temporaria, de esta forma se enfoca el análisis en migrantes y no en personas que están de paso. Como se puede apreciar en la figura número 3, el 35% de los colombianos llevan más de 5 años residiendo en la ciudad, un 25% lleva viviendo entre 3 y 5 años, el 23% tiene entre 1 y 3 años residiendo y un 16% lleva menos de 1 año de residencia.

Esto quiere decir que el 60% de los participantes, acorde a los plazos establecidos por migraciones para los ciudadanos de Estados Mercosur y asociados, cuentan con una

residencia permanente en el país ya que han demostrado arraigo (art 22 de la ley 25.871 dto. 616/2010).

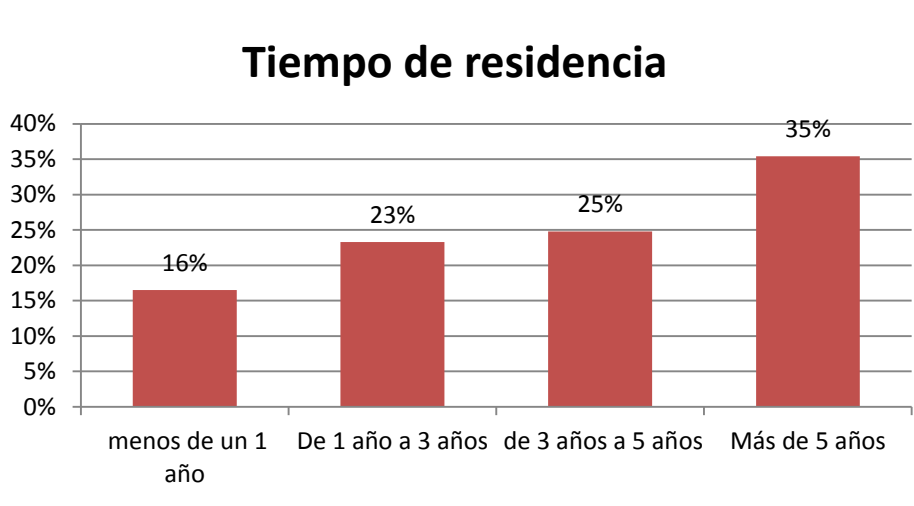


Figura número 3. Distribución de los ciudadanos colombianos por tiempo de residencia.

Las demás preguntas realizadas: poseer trabajo, el tipo de posición en caso de estar empleado, la calificación que se requiere y el poseer cobertura médica, fueron usados para construir la variable de nivel socioeconómico de los participantes en este estudio, teniendo en cuenta los parámetros de medición de la Sociedad Argentina de investigadores de Marketing y Opinión (SAIMO).

La finalidad que se persigue con este ejercicio es poder clasificar a los residentes en la ciudad de Buenos Aires, acorde a las diferencias socioeconómicas de este grupo. Para tal fin, se utilizó el cálculo de NSE simplificado para el 2015, publicado por SAIMO en su página web. Los resultados obtenidos se pueden observar en la figura número 4.

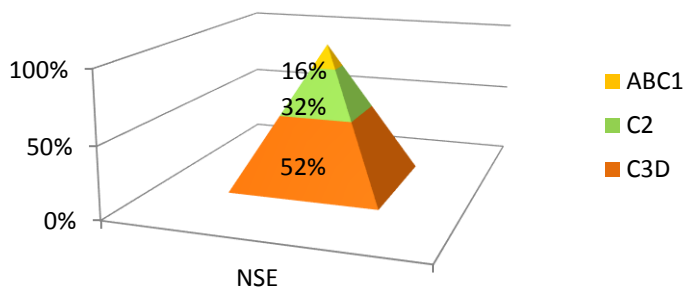


Figura número 4. Distribución de los ciudadanos colombianos por nivel socioeconómico.

Cómo se puede apreciar en la figura número 4, cerca de la mitad de los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires fueron jerarquizados en la clase media baja, NSE C3D 52%. El 32% se encuentra catalogado como clase media típica (NSE C2) y el 16% restante de los participantes en el estudio pertenecen a la clase alta y media alta (NSE ABC1).

6.2 Principales países competidores por la atracción de migrantes colombianos.

Descrita la población, se procede a dar los resultados. Se preguntó a los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires acerca de los destinos que ellos ven más atractivos para migrar. La pregunta efectuada fue la siguiente: ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? Y se dio la posibilidad de mencionar hasta 3 ciudades.

Como sostienen Suján y Bettman (1989) “parte del éxito en el posicionamiento de una marca radica en saber qué tan diferente o similar es la marca cuando comparte

categoría con otros competidores” (p.454). En este caso la marca sería la Ciudad de Buenos Aires y la categoría destinos migratorios.

La importancia de esta pregunta, junto con la siguiente efectuada en el cuestionario, radica en conocer el grupo competitivo de la ciudad de Buenos Aires y ver, como se expuso en líneas anteriores, rasgos característicos que permitan encontrar diferenciales.

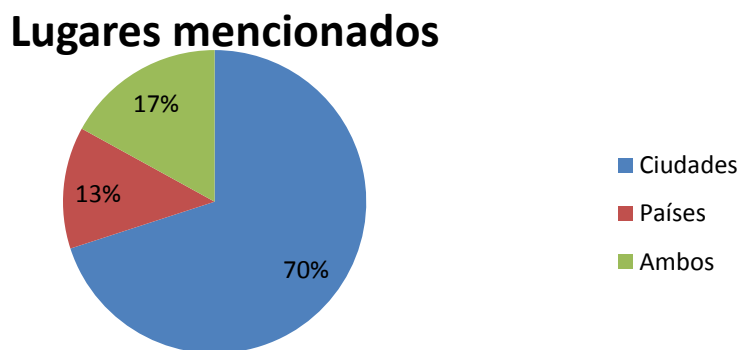


Figura número 5. Consolidado de lugares mencionados por los ciudadanos colombianos cuando se les pregunta por lugares atractivos para migrar.

La pregunta fue respondida por la totalidad de los participantes. Se encontró como dificultad el hecho de que algunas personas, al ser cuestionadas de forma espontánea por ciudades, respondieron con el nombre de países. Como se observa en la figura número 5, el porcentaje de personas que mencionó sólo países es del 13% y quienes mencionaron ciudades y países fue del 17%, es decir que 3 de cada 10 participantes considera países y ciudades en el mismo nivel al momento de evaluar el atractivo de un destino para migrar.

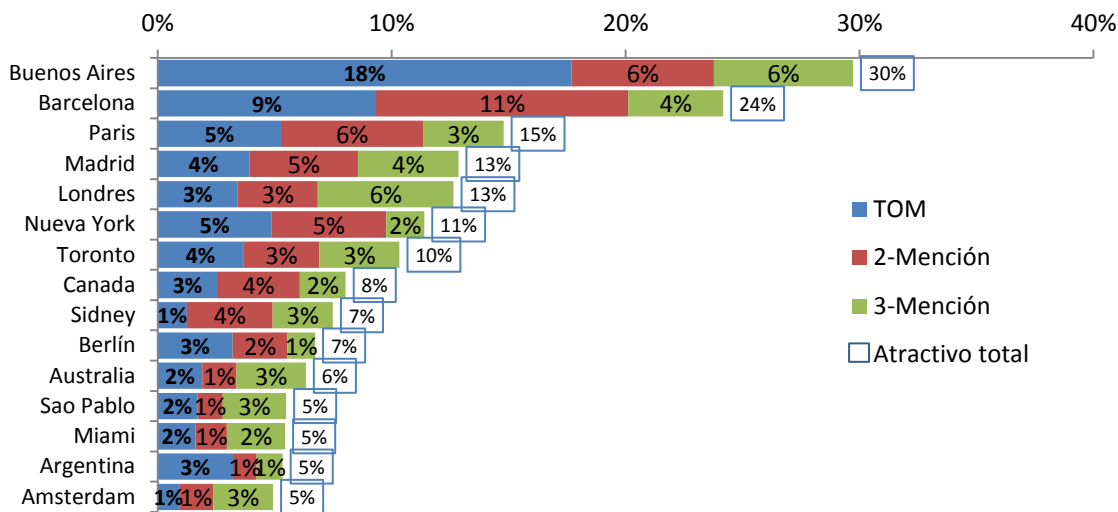


Figura número 6. Respuesta a la pregunta ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar?

Puntualmente, hablando de los resultados, como se observa en la figura número 6, la ciudad de Buenos Aires lidera en el ranking espontáneo de ciudades atractivas para migrar entre los ciudadanos colombianos residentes. En primera mención o Top of Mind, duplica el atractivo de la siguiente ciudad, Barcelona. Logrando sacarle un 6% de diferencia, supera con ello el error de estimación y existe una mayor atracción de la ciudad de Buenos Aires.

Es interesante ver cómo hay tres ciudades presentes en las primeras posiciones figura número 6, Buenos Aires, Barcelona y Madrid, con el español como idioma oficial. Haciendo ver que es una variable tenida en cuenta por los colombianos cuando evalúan el atractivo de una ciudad y más si se considera lo expuesto por Education First (EF), empresa multinacional líder en enseñanza de idiomas, quien realiza periódicamente el seguimiento del dominio del inglés.

Suramérica es una región que se encuentra por debajo del promedio mundial en el dominio del idioma inglés y Colombia se ubica en el puesto número 51 de 80 países, con una calificación baja en el dominio del idioma (<https://www.ef.com.co/epi/>), lo anterior se puede ver resumido en la figura número 7.



Figura número 7. Resumen del ranking EF del dominio del idioma inglés, fuente: <https://www.ef.com.co/epi/> 2018.

Asimismo, en la figura número 6 se puede destacar el marcado atractivo manifestado hacia ciudades ubicadas en el continente europeo, el poco interés por ciudades en Norteamérica y el marginal atractivo de ciudades latinoamericanas, entre las cuales sólo la ciudad de Sao Pablo logra hacer presencia en el podio.

Al ver por edades el atractivo de ciudades para migrar, en la figura número 8, se observa que a medida que aumenta la edad, el atractivo espontaneo de la Ciudad de Buenos aires sube; obteniendo su pico entre las personas de mayor edad de la muestra. Entre los más jóvenes destaca París, y entre los de mediana edad Barcelona destaca con fuerza. Entre las personas de mayor edad las demás ciudades no muestran un atractivo fuerte.

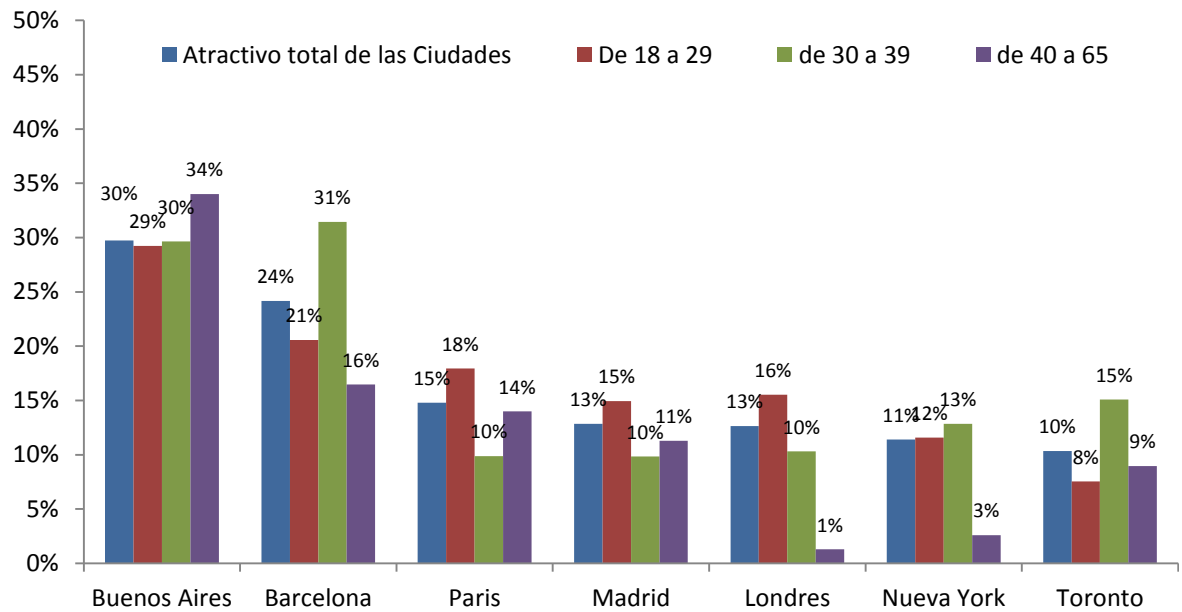


Figura número 8. Respuesta a la pregunta ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? Resultados abiertos por la variable edad

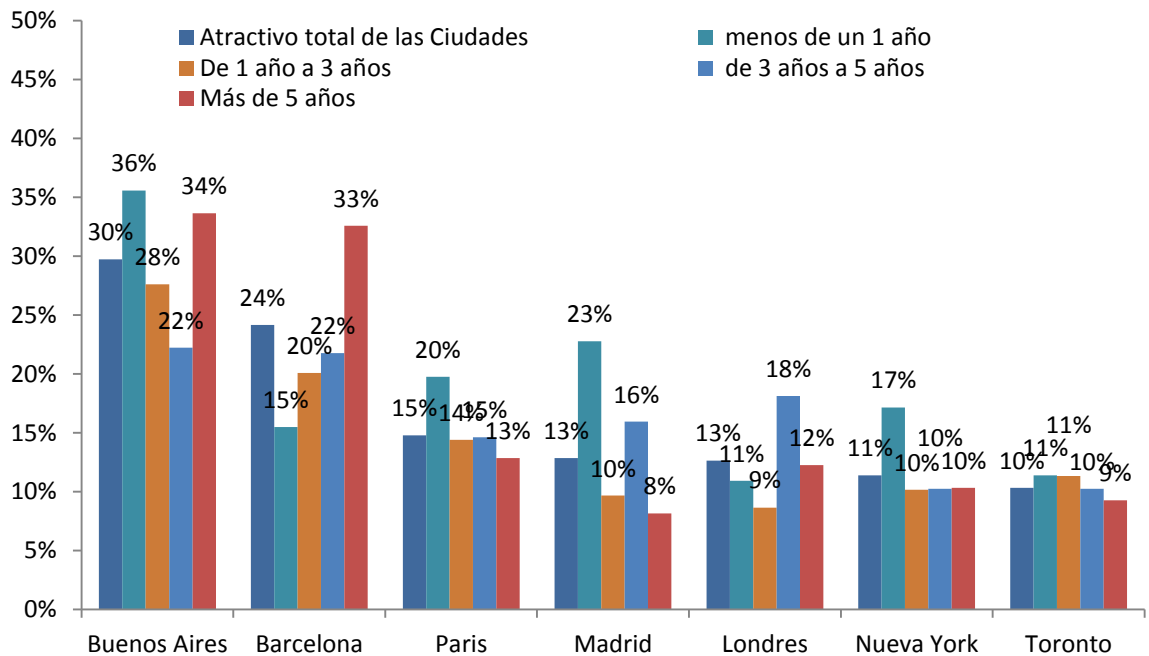


Figura número .9 Respuesta a la pregunta ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? Resultados abiertos por la variable tiempo de residencia

La figura número 9 muestra las ciudades más atractivas para migrar con resultados abiertos por la cantidad de tiempo que llevan los colombianos residiendo en la Ciudad de Buenos Aires. Se observa que es entre los valores más extremos, aquellos que llevan menos de un año y aquellos que llevan más de cinco años de residencia en Bs As, es donde se da el mayor número de menciones. Este fenómeno podría explicarse así:

- Entre los que llevan menos de un año se tiene fresca la impresión de los destinos tenidos en cuenta antes del proceso decisorio, y al mencionarse en primer lugar se reafirma la decisión que se tomó al migrar y se actúa con congruencia.
- Entre los que llevan más de 5 años, el mencionar a la Ciudad es una reafirmación del atractivo percibido; ya que este grupo es el que más tiempo ha invertido en la migración y el que más beneficio puede haber obtenido.

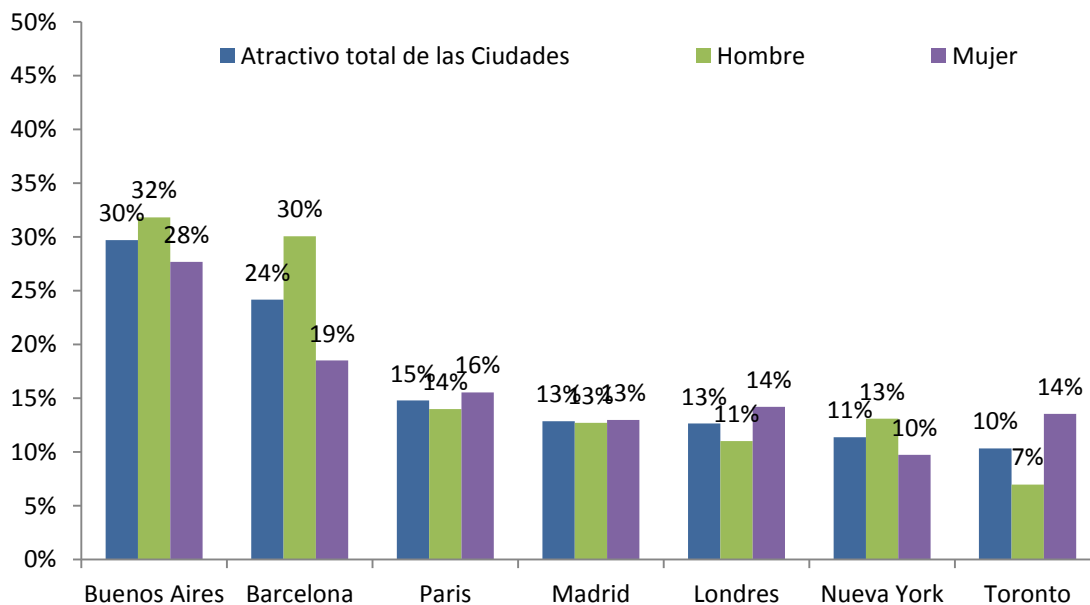


Figura número 10. Respuesta a la pregunta ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? Resultados abiertos por la variable género.

Como se observa en la figura número 10, los hombres ven levemente más atractiva a la Ciudad de Buenos Aires, aunque mencionan casi con la misma frecuencia a Barcelona. Las mujeres destacan en atractivo a París, Londres y con especial fuerza a la ciudad de Toronto en Canadá. El segundo destino en atractivo para los ciudadanos colombianos, Barcelona, es marcadamente menos atractivo para las mujeres.

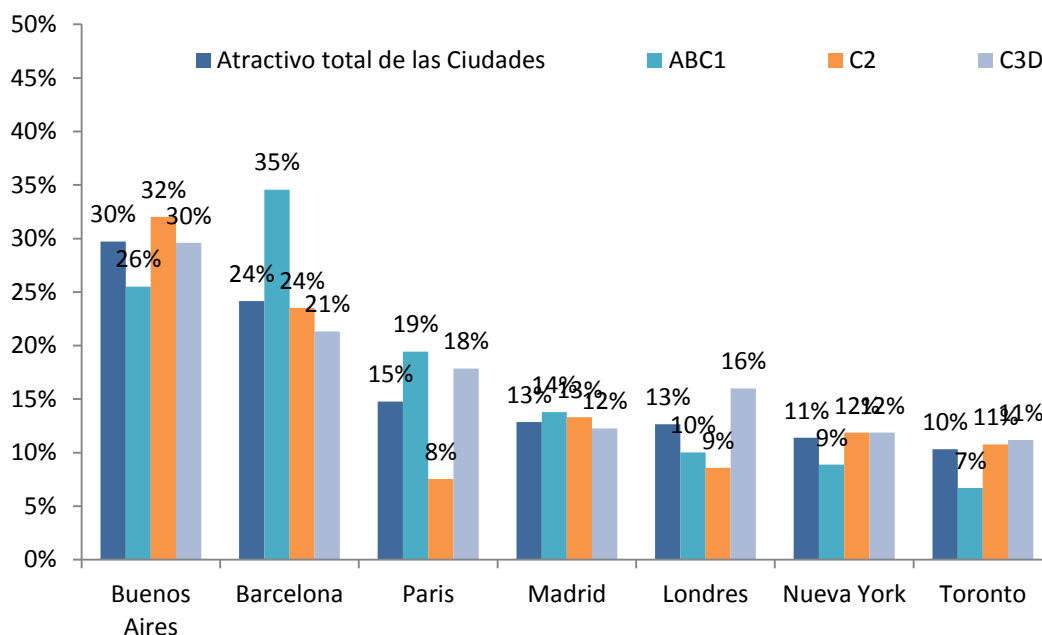


Figura número 11. Respuesta a la pregunta ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? Resultados abiertos por la variable nivel socioeconómico.

La figura número 11 muestra el atractivo espontáneo de la Ciudad de Buenos Aires por nivel socioeconómico, destaca entre la clase media típica. Barcelona es mucho más mencionada por las personas del nivel más alto e incluso supera los niveles totales de la Ciudad de Buenos Aires. Paris destaca para el NSE alto y para el más bajo, al igual que Londres entre estos últimos.

Como se puede observar, el perfil dominante de los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires que ven a la Ciudad como la más atractiva es el de las personas más jóvenes y de mayor edad, los que inician su proceso migratorio y aquellos que lo han consolidado, hombres y los pertenecientes al nivel socioeconómico medio.

6.2.1 Asociación espontánea de atributos con distintas ciudades a donde migran los ciudadanos colombianos

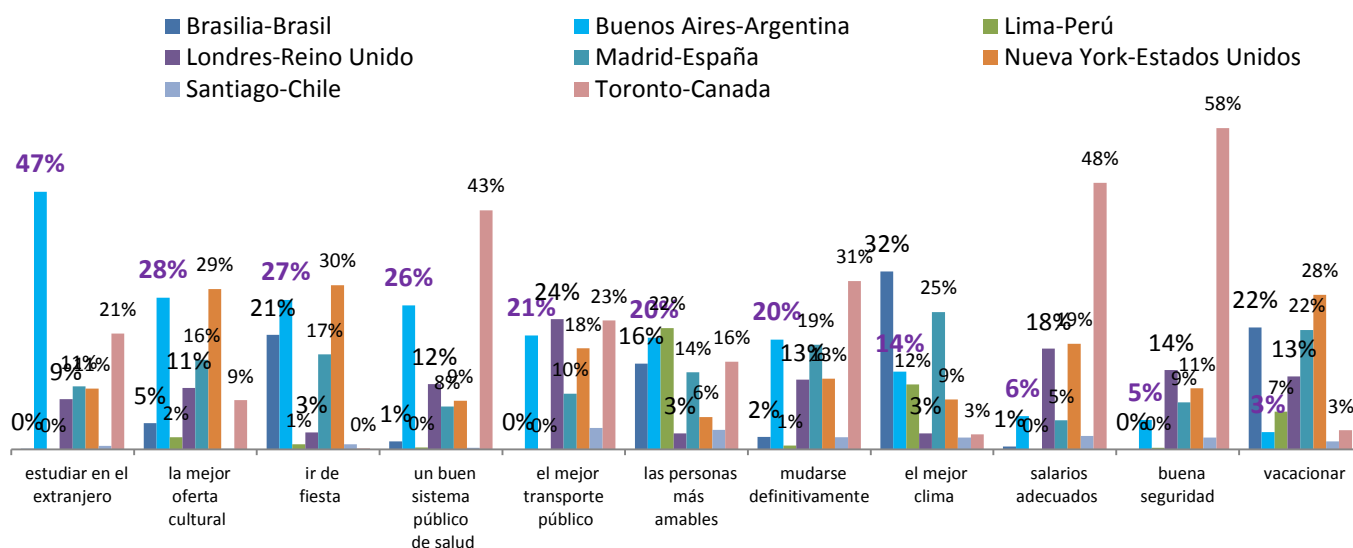


Figura número 12. Respuesta a la pregunta: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada

Luego de explorar de forma espontánea las ciudades percibidas como más atractivas para migrar, se procedió a la búsqueda de los elementos que componen la imagen de la Ciudad de Buenos Aires y de algún diferencial entre los colombianos residentes. La asociación espontánea de atributos con otras ciudades permite identificar

elementos que pueden intervenir para migrar. Para tal fin se preguntó: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada.

La selección de las ciudades preguntadas fue hecha basada en el Perfil Migratorio de Colombia 2012 (OIM, 2013) en dicho estudio se menciona que entre los principales destinos para migrar por parte de los colombianos con alta formación se encuentran España, Estados Unidos, Brasil, Argentina, México, Chile Canadá, Alemania e Inglaterra, entre otros. (p 76).

Como se observa en la figura número 12, la ciudad de Buenos Aires es fuertemente asociada por el 47% de los participantes, cerca de la mitad, como una ciudad para realizar estudios en el extranjero. Esto va en sintonía con el ya mencionado estudio sobre la migración colombiana en Argentina donde sostiene la OIM (2016):

De acuerdo con los datos de los registros de la Dirección Nacional de Migraciones (hasta mediados de 2015) se observa una duplicación del número total de colombianos residentes en la Argentina respecto al año 2010... (5.244) ... Por otra parte, la encuesta realizada en 2014-2015, donde se indaga sobre la actividad de los colombianos establecidos en la Argentina, muestra un incremento del 9% de estudiantes sobre el total de esta población desde 2010. Esto permitiría calcular un total aproximado mínimo de 10.000 estudiantes colombianos realizando estudios terciarios, universitarios y de posgrado. (p.85).

Las líneas anteriores ponen en evidencia la creciente ola de colombianos que vienen al país con finalidades académicas. No es de extrañar entonces que la asociación más fuerte que se hace hacia la Ciudad de Buenos Aires vaya en consonancia. Además, cobra relevancia el notar que ninguna de las personas entrevistadas en el presente estudio tiene un nivel académico inferior al secundario completo y muchos de ellos se encuentran realizando estudios superiores.

Dejando a un lado el tema educativo, la ciudad no logra apropiarse de los demás atributos indagados. Tiene fuertes asociaciones hacia la oferta cultural, es asociado a la par de Nueva York, esto puede deberse al carácter cosmopolita de la ciudad y el tema de fiesta², también a la par de Nueva York.

Por otro lado, lo menos asociado a la ciudad de Buenos Aires por los colombianos residentes, al compararlo con otras ciudades es: la ciudad como destino turístico (un lugar para vacacionar 3%), lo relacionado a la seguridad (Un lugar con buena seguridad 5%) y a la remuneración (un lugar con salarios adecuados 6%).

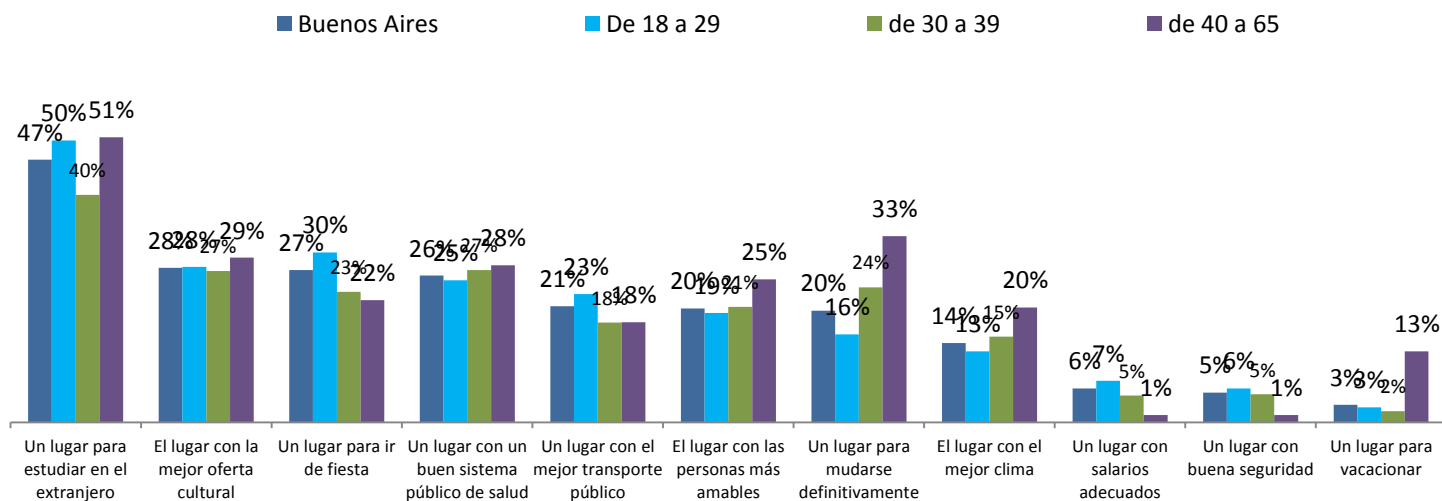


Figura número 13. Respuesta a la pregunta: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada, con apertura de resultados por rango de edad.

² Fiesta es la forma coloquial que se usa para designar las celebraciones de noche y la vida nocturna en Colombia

En la figura número 13 se aprecia cómo en los extremos de las edades, es decir los más jóvenes y las personas de mayor edad, ver a Buenos Aires como un destino para una migración académica es más marcado. Parece ser que las personas de mediana edad no tienen una visión tan marcada de la ciudad en ningún aspecto puesto que no destacan en ninguno de los atributos consultados. No debería descartarse la posibilidad de realizar un estudio de tipo cualitativo para explorar sobre el tema.

Además de ver la ciudad como un destino migratorio, las personas de mayor edad también ven en la ciudad aspectos tales como la cultura, la amabilidad de las personas, el mudarse definitivamente, el clima y las opciones para vacacionar (es de recordar que este es uno de los atributos con el que menos se asocia de forma espontánea a la Ciudad de Buenos Aires en términos generales).

Las asociaciones segmentadas por la cantidad de tiempo que llevan los colombianos en la ciudad se pueden apreciar en la figura número 14, donde a primera vista resalta que entre las personas que llevan menos de un año, la ciudad de Buenos Aires obtiene las asociaciones más bajas como un lugar para estudiar. Esto puede deberse a que al migrar al país los individuos entran a confrontar sus expectativas³ contra la realidad o bien a otras expectativas que facilitaron la decisión de migrar hacia esta ciudad.

³ Los individuos suelen ver lo que esperaban ver, y aquello que esperan ver se basa generalmente en la familiaridad, la experiencia anterior o el conjunto de sus condicionamientos previos (Schiffman, Lazar, 2010, p.162).

Entre los que tienen entre uno y tres años, se ven asociaciones marcadas por lo cultural, fuera de lo académico. Entre los que tienen entre 3 a 5 años, el sistema de salud y transporte públicos de la ciudad son mencionados con mayor frecuencia, y entre los que tienen más de 5 años residiendo en la ciudad, asocian más los temas de fiesta, la amabilidad de las personas, el clima y lo relacionado a salarios adecuados. Este último puede deberse a que, transcurrido ese tiempo, muchos ya han cursado buena parte de sus estudios, además de haber consolidado su estadía, lo que les permite acceso a posiciones más lucrativas en sus puestos de trabajo.

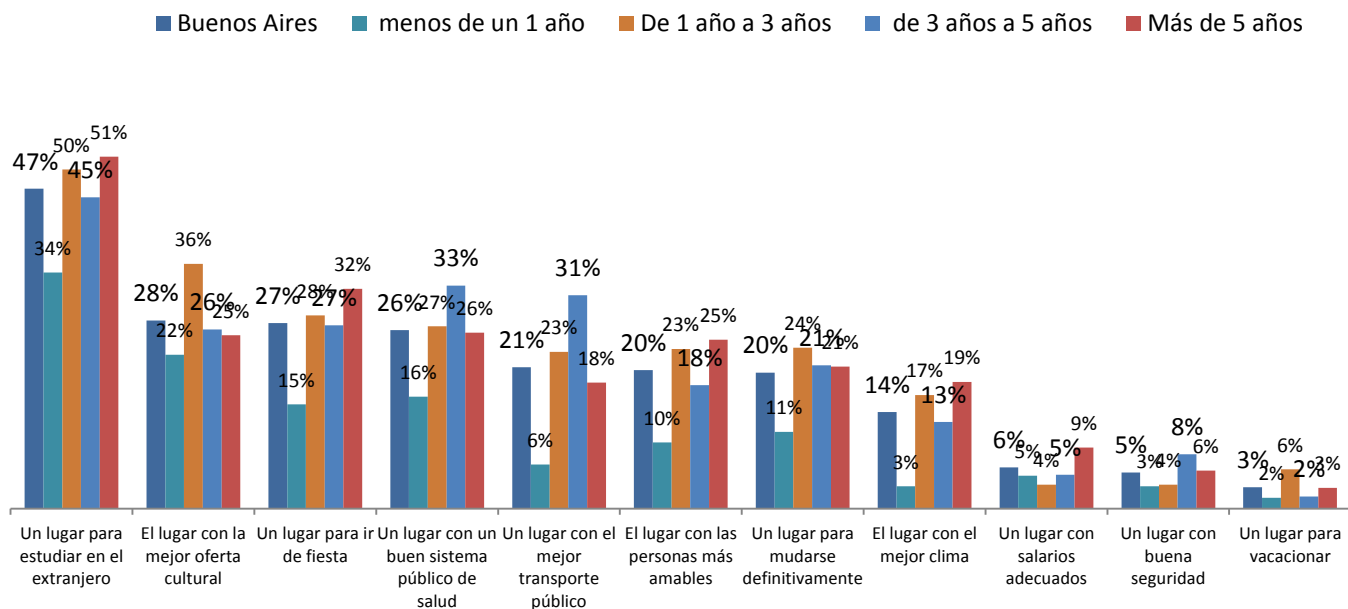


Figura número 14. Respuesta a la pregunta: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada por tiempo de residencia

En la figura número 15 se puede aseverar que asociar a la Ciudad de Buenos Aires como destino académico no presenta diferencias notorias entre géneros. Los

hombres perciben más la ciudad como un destino para la fiesta y lo asocian a un buen sistema de salud pública; mientras que las mujeres destacan fuertemente la oferta cultural.

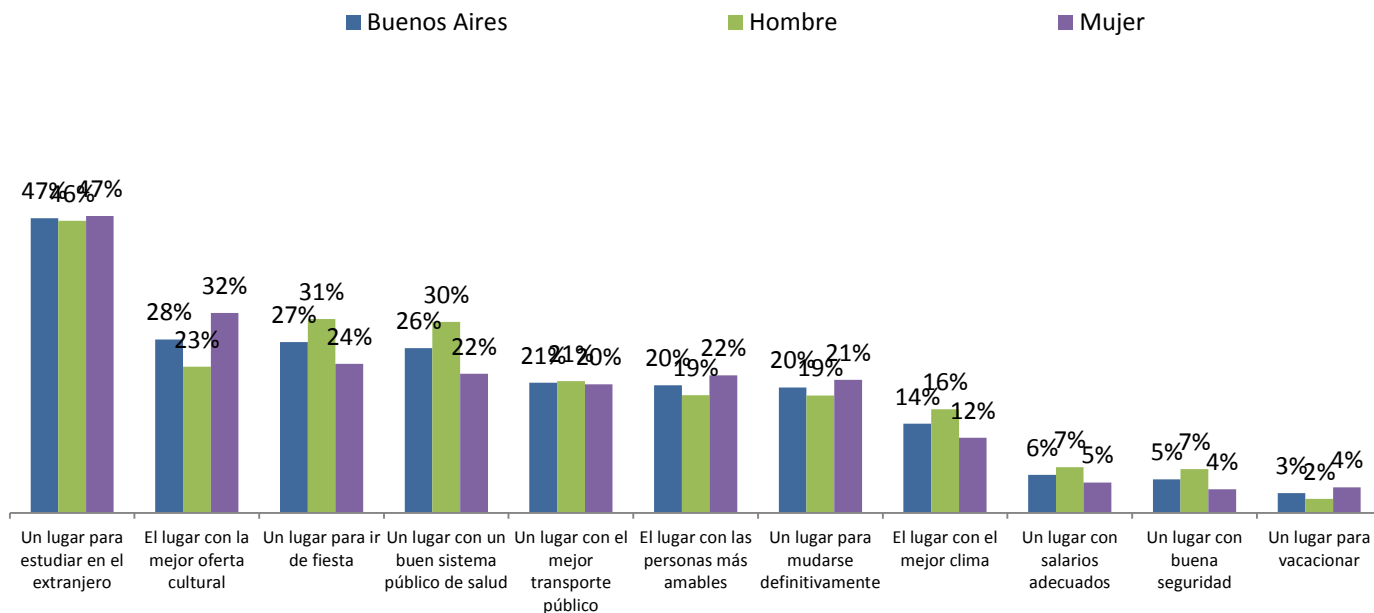


Figura número 15. Respuesta a la pregunta: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada por género

El NSE es una de las variables que muestra mayores diferencias en las asociaciones espontáneas de la Ciudad de Buenos Aires. En la figura número 16 se puede observar la tendencia inversamente proporcional entre el atributo “un lugar para estudiar en el extranjero” y el NSE. A medida que el NSE baja la asociación de la ciudad como lugar de estudio crece.

Y no es de extrañarse que, como puede apreciarse en la figura número 16, sean las personas del NSE bajo quienes más destacan la educación como atributo más

relacionado con la Ciudad. Según cifras del Ministerio de Educación de Colombia

(Malaver, C. 2016)

...con corte al mes de agosto del 2015, sólo el 41,2 % de los estudiantes de colegios oficiales y el 56,4 % de no oficiales, para una tasa de 48,5%, aparecen en los registros de absorción a la educación superior... Esto quiere decir que de 100 estudiantes que finalizaron grado 11, sólo 48 ingresaron a la educación superior el año inmediatamente siguiente a culminación... (párr. 6).

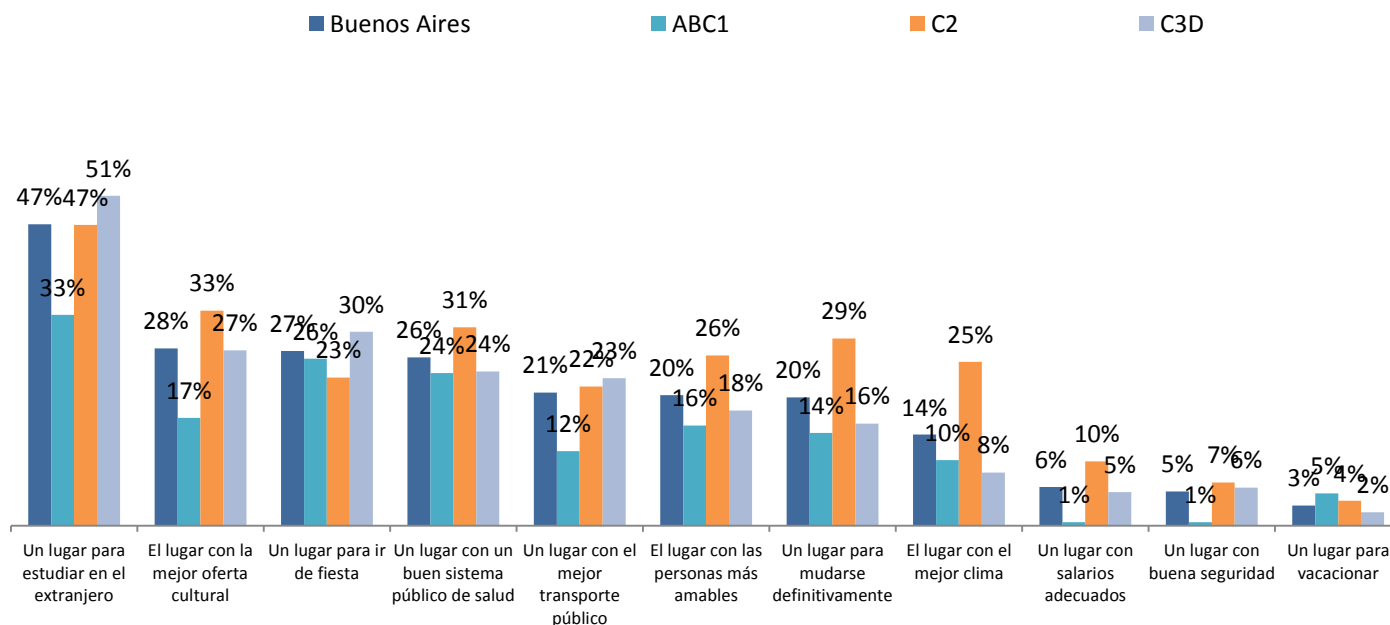


Figura número 16. Respuesta a la pregunta: Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada por NSE

Entonces se puede asegurar que de cada 100 jóvenes que logran recibirse del secundario, menos de la mitad de ellos logra acceder a educación superior en cualquiera de sus modalidades; terciario o profesional. Entre las principales razones para no acceder a educación superior en Colombia se encuentran (Malaver, C.2016):

- Los problemas del entorno familiar de los jóvenes; cuando esta población tiene que encontrar trabajo para generar ingresos en sus hogares, sobre todo en familias de estratos (NSE) bajos.
- Las debilidades académicas de los graduados, cuyas Pruebas Saber⁴ resultan ser insuficientes
- y, como tercer factor, la limitación financiera. (párr. 9)

Sumado a lo anterior, según el Informe del Banco Mundial ‘Momento decisivo: La educación superior en América Latina y el Caribe’, citado por la revista Dinero www.dinero.com/ (2017) ...sólo el 50% de los estudiantes que ingresan a educación superior llegan a recibirse y cita como motivaciones:

- La falta de preparación académica (debido, en parte, a la educación de baja calidad que reciben en la escuela secundaria).
- la falta de medios económicos entre alumnos de escasos recursos.
- La larga duración de algunos de los programas y la falta de flexibilidad para cambiar de carrera (párr. 7).

Y es así como Argentina se presenta como una solución a las realidades expuestas anteriormente debido a que posee (OIM, 2016) “...un contexto atractivo para la migración colombiana en relación con los bajos o nulos costos de la educación, de grado y de posgrado, la amplia oferta y la calidad educativa en comparación con otros

⁴ Las Pruebas Saber son exámenes estandarizados que se aplican en Colombia para medir el nivel de la educación, el puntaje es observado por las universidades y dependiendo de lo que se desee estudiar, permite o no el acceso.

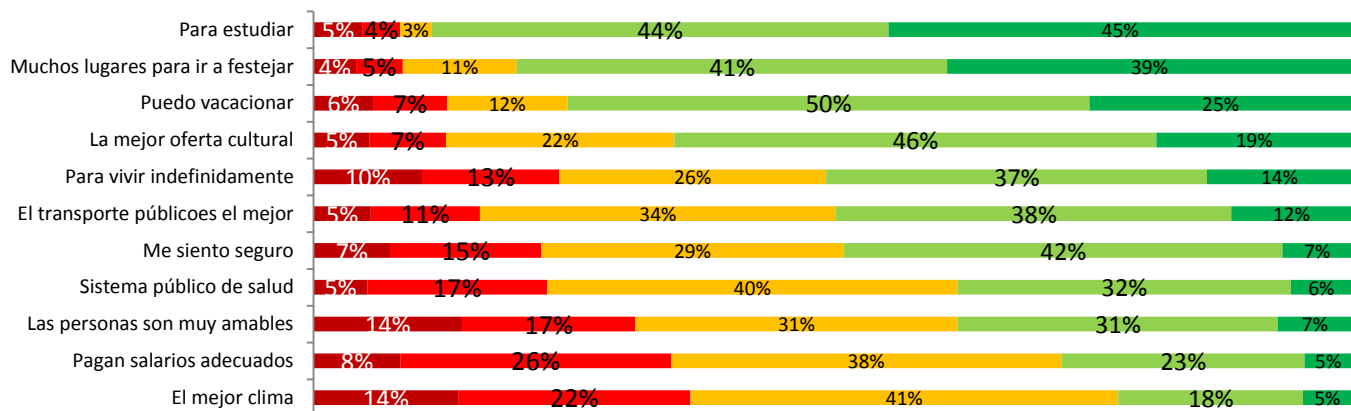
países de la región...” (p.34). Sumado a lo anterior, las ya mencionadas facilidades del idioma y la sencillez en el proceso de ingreso a los claustros educativos explican el porqué de esta fuerte asociación en el NSE Bajo.

También es remarcable que la asociación de destino para vacacionar tiene mayores asociaciones en el NSE alto y baja a medida que baja el NSE; mostrando dos imágenes distintas de la ciudad entre los colombianos residentes cuando se tiene en cuenta la variable de nivel socioeconómico.

Para recapitular, la educación es el principal atributo espontáneo más asociado por los colombianos con la Ciudad e incluso, destaca por encima de otros destinos. Se da con más fuerza en los extremos de las franjas etarias, los más jóvenes y de mayor edad; sube en menciones en concordancia con el incremento en el tiempo de residencia, no muestra distinción por género y conforme baja el NSE crece la asociación con la Ciudad.

6.2.2 Asociación guiada de atributos con la Ciudad de Buenos Aires.

Continuando con el análisis, se procedió a preguntar de forma guiada el grado de asociación de la ciudad de Buenos Aires con los mismos atributos mencionados en la pregunta anterior. Se hizo de la siguiente manera: ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones. Se pidió que se usara una puntuación que iba del 1 al 5, donde el 1 indicaba el mayor grado de desacuerdo con la afirmación y 5, el mayor grado de acuerdo.



■ Completamente en desacuerdo ■ en desacuerdo ■ ni acuerdo/ni desacuerdo ■ De acuerdo ■ Completamente de acuerdo

Figura número 17. Resultados totales a la pregunta “Ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones”

Los resultados pueden ser observados en la figura número 17. De forma guiada el atributo más asociado con la Ciudad de Buenos Aires es: Un lugar para estudiar. El 89% de los colombianos encuestados indicaron sentirse completamente de acuerdo y de acuerdo con la afirmación, coincidiendo con el atributo más asociado con la ciudad de forma espontánea. Es seguido por un lugar para festejar, para vacacionar y con la mejor oferta cultural.

Llama mucho la atención que, de forma guiada, el atributo relacionado a Buenos Aires como destino turístico escale hasta la tercera posición, ya que de forma espontánea y versus otras ciudades, obtiene una asociación que llega al 3%; pero al plantearlo como una opción de grado de acuerdo, los colombianos residentes ajustan la imagen que tienen de la ciudad. Puede ser que, al competir contra otros destinos, la ciudad diluya su atractivo y al competir contra sí misma, el atractivo tome fuerza.

Por el otro lado, entre lo menos asociado a la ciudad está el mejor clima y esto hace sentido al retomar lo afirmado por la Enciclopedia Británica (2017):

Debido a la proximidad del país (Colombia) al Ecuador, su clima es generalmente tropical e isotérmico (sin un cambio real de las estaciones). Las temperaturas varían poco durante todo el año. El único elemento climático genuinamente variable es la cantidad de precipitación anual... (párr.1)

Estas palabras ayudan a ver que los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires se encuentran acostumbrados a percibir climas y temperaturas más estables del medio que los rodea y que los cambios de clima, producto de las estaciones, es lo que menos les atrae de la ciudad. Los demás atributos que menos se asocian con la ciudad incluyen lo referente al pago adecuado de salarios y la amabilidad que perciben los ciudadanos colombianos de los habitantes de la ciudad.

Para la lectura de los resultados de la asociación guiada por atributos, abiertos por las variables de cruce, se usará la técnica del Top two Box (TTB) y el Bottom Box (BTB)⁵, de esta forma se simplifican los resultados y se pasa al dato relevante sin perder precisión en la lectura. Además, se puede mantener la visión completa y comparativa del desempeño de los atributos.

⁵ La técnica **Top Two Box (TTB)** es una herramienta utilizada a menudo como indicador en estudios de satisfacción de clientes y en todo tipo de estudios de mercado. Este método representa de forma numérica la suma de las dos opciones *top* o superiores el **Bottom box** corresponde a las dos menciones inferiores. <https://www.e-encuesta.com/>

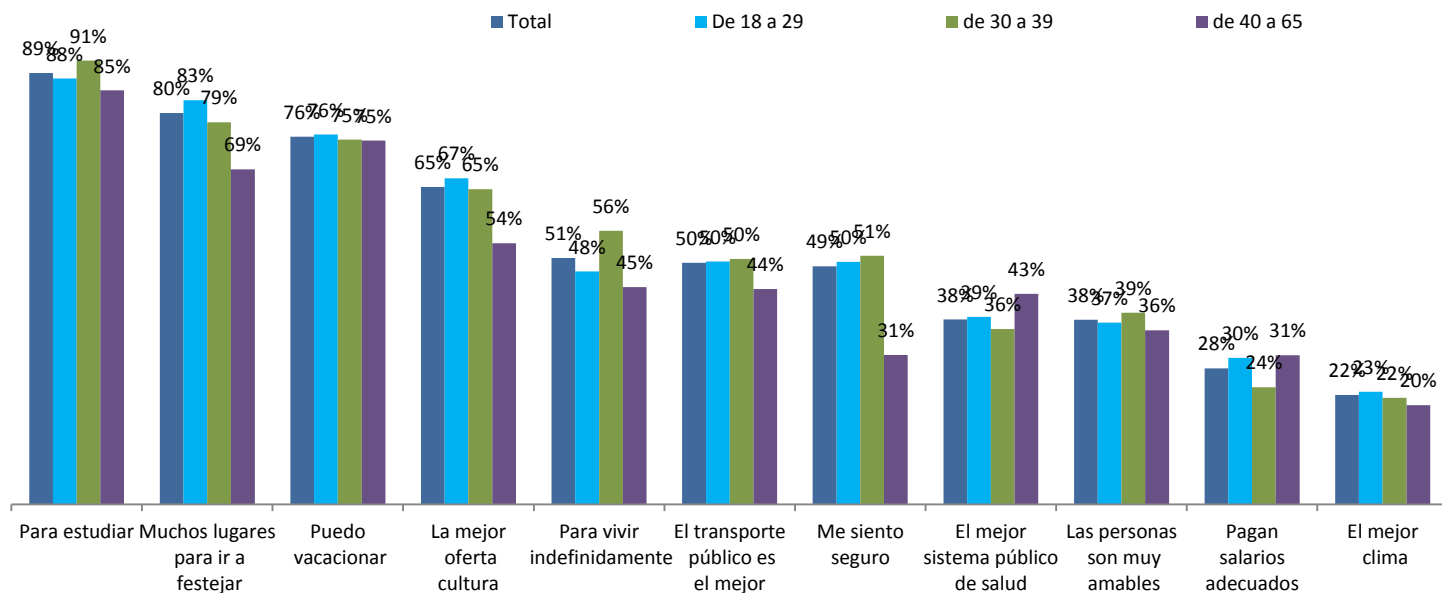


Figura número 18. Resultados Top two Box de la pregunta: ahora, pensado en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones resultados abiertos por rango de edad

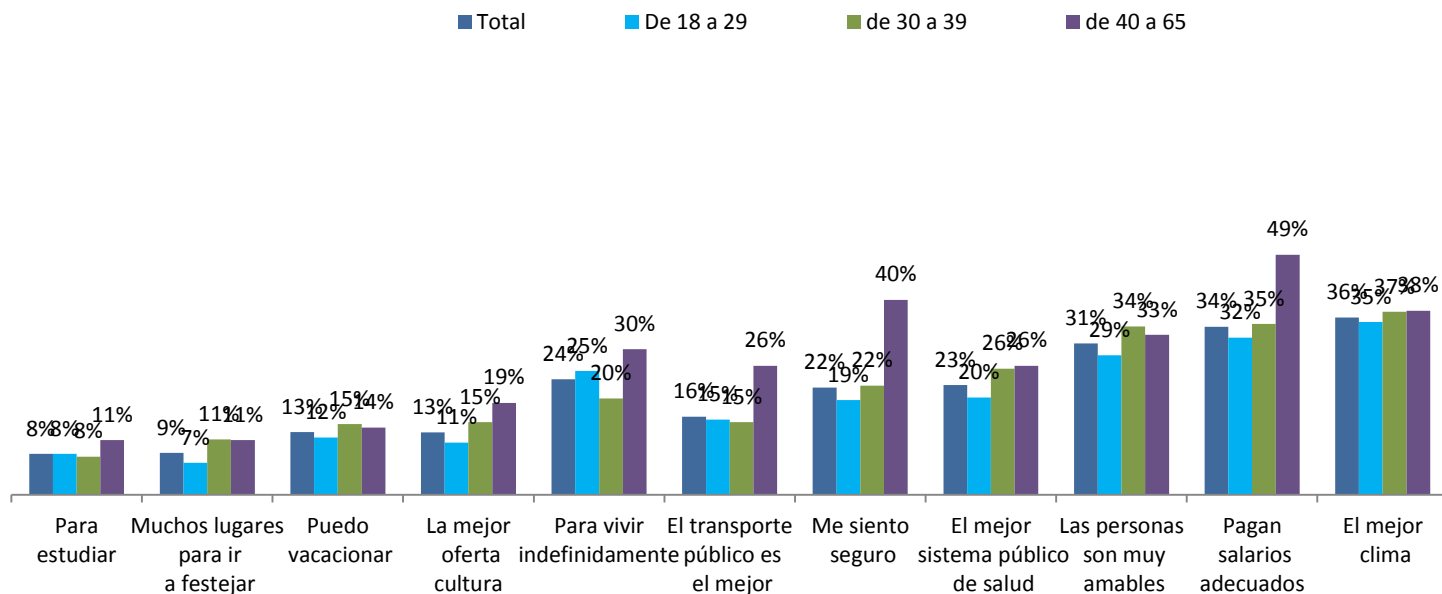


Figura número 19. Resultados Bottom box de la pregunta: ahora, pensado en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones resultados abiertos por rango de edad

En la figura número 18 se observa que la Ciudad de Buenos Aires es más asociada como destino académico por las personas de mediana edad de la muestra. A medida que la edad aumenta, descende la asociación de la ciudad con lo relacionado a las fiestas.

Por edad, lo referente a turismo muestra estabilidad entre las franjas etarias. La asociación con la oferta cultural baja entre las personas de mayor edad. Entre los entrevistados de mediana edad, la posibilidad de establecerse definitivamente en la ciudad es más fuerte, al igual que la sensación de seguridad.

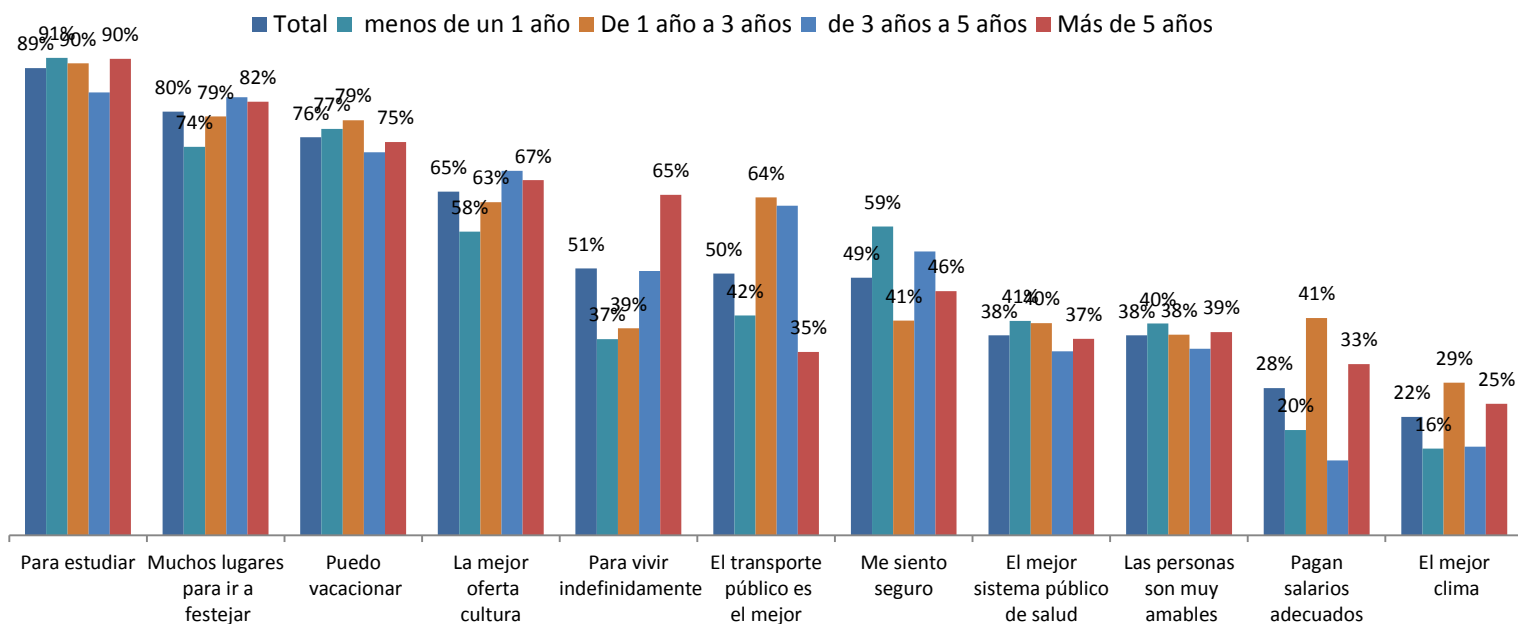


Figura número 20. Resultados Top two Box de la pregunta: “Ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones”, resultados abiertos por Tiempo de residencia

Ahora al ver el bottom Box (BTB), en la figura número 19, lo menos asociado con la Ciudad de Buenos Aires es poseer un buen clima, con muy pocas diferencias entre edades. Es destacable ver que las personas de mayor edad son las que menos asocian la ciudad con un lugar para vivir definitivamente, la sensación de seguridad y el pago adecuado de salarios que escala hasta el 49%, casi la mitad de las personas de mayor edad.

En la figura número 20 se puede ver que los colombianos que llevan menos tiempo y aquellos que llevan más tiempo residiendo en la Ciudad, asocian con mayor frecuencia a la Ciudad de Buenos Aires con un destino para estudiar. A medida que el tiempo de residencia aumenta, el ver a la ciudad como un destino con muchos lugares para festejar también sube. Lo mismo ocurre con la oferta cultural y el ver a la ciudad como un destino para mudarse por tiempo indefinido.

La figura número 20 también muestra que la sensación de seguridad es mucho más fuerte entre los que acaban de llegar. No es una coincidencia que esto ocurra. Según el índice de paz Global 2017, elaborado por el Instituto para la economía y la paz, Colombia se encuentra en el puesto 146 de 163 naciones medidas⁶ (IEP, 2017 p.11). En la tabla número 2, se puede observar que en Suramérica ocupa el puesto número 11,

⁶ La medición se realiza mediante la evaluación de 23 criterios agrupados en dos grandes grupos. Indicadores de paz interna: se mide la criminalidad percibida, homicidios, números de policías, acceso a armas, entre otros e indicadores de paz externa: Gastos del PIB en seguridad, financiación de misiones de paz, número de personal armado en servicio, arsenal nuclear, desplazados y refugiados, conflictos externos, entre otros (IEP, 2017 p.118-124)

incluso por detrás de la República Bolivariana de Venezuela, mientras Argentina ocupa el 3 lugar.

Tabla número 2, ranking suramericano del índice de paz, fuente: Índice de paz mundial (2017)

TABLE 1.7 SOUTH AMERICA RANKINGS				
REGIONAL RANK	COUNTRY	OVERALL SCORE	CHANGE IN SCORE	OVERALL RANK
1	Chile	1.595	-0.040	24
2	Uruguay	1.709	-0.016	35
3	Argentina	1.880	-0.076	55
4	Ecuador	1.948	-0.072	66
5	Paraguay	1.961	-0.075	68
6	Peru	1.986	-0.071	71
7	Guyana	2.021	-0.086	81
8	Bolivia	2.045	0.005	86
9	Brazil	2.199	0.024	108
10	Venezuela	2.652	-0.003	143
11	Colombia	2.777	0.014	146
REGIONAL AVERAGE		2.070	-0.036	

Retomando el resto de los atributos de la figura número 20, lo referente a salarios. Se dan posiciones muy encontradas. Mientras las personas que llevan entre uno y tres años o más de cinco residiendo, asocian a la ciudad con salarios adecuados en mayor medida, aquellos que llevan menos de un año y entre tres y cinco, asocian a la ciudad, con el atributo en menor medida.

■ Total ■ menos de un año ■ De 1 año a 3 años ■ de 3 años a 5 años ■ Más de 5 años

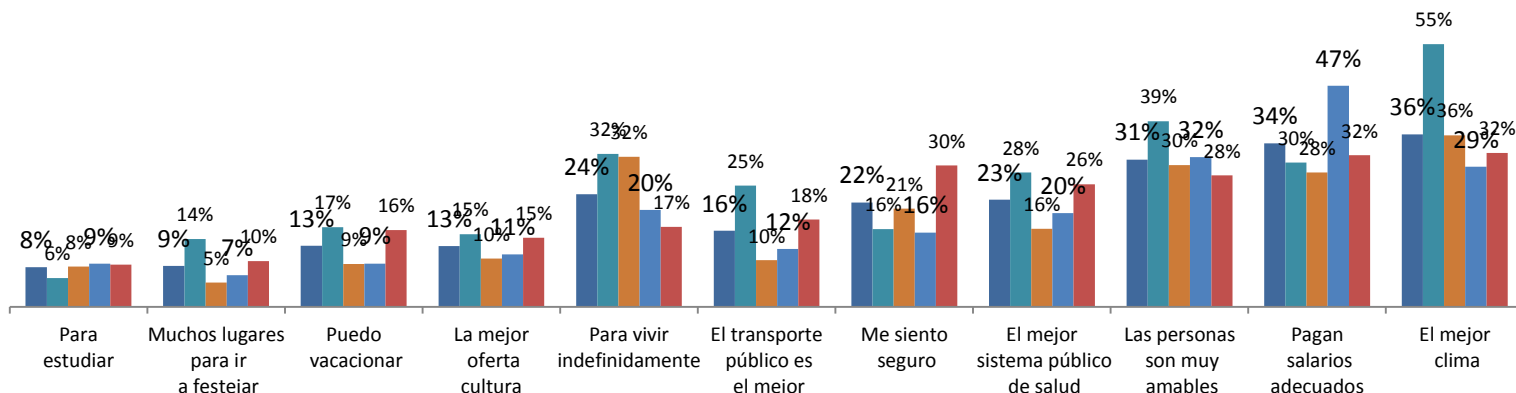


Figura número 21. Resultados Bottom box de la pregunta: ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones resultados abiertos por Tiempo de residencia.

Como se observa en la figura número 21, el clima parece ser uno de los atributos claves de la Ciudad de Buenos Aires. El 55% de los que llevan menos de un año residiendo se sienten muy en desacuerdo y en desacuerdo con que la ciudad goce de un buen clima. Sumado a lo anterior, el choque con la personalidad de los porteños resulta mucho más marcado entre este mismo grupo. A medida que aumenta el tiempo de residencia disminuye el nivel de desacuerdo.

Otro atributo altamente discordante, pero esta vez entre los que llevan residiendo entre 3 y 5 años es el pago de salarios adecuados, debido al fuerte incremento observado entre ellos en la figura número 21. El grado de desacuerdo en ver a la ciudad como un lugar para vivir definitivamente muestra una disminución sostenida, conforme aumenta el tiempo de residencia.

En la figura número 22, se puede observar el TTB de la asociación guiada por género. Las mujeres muestran levemente una mayor propensión a ver a la ciudad como un lugar para estudiar. “Para vivir definitivamente” es el atributo donde las mujeres más coinciden, y asocian mucho mejor el transporte público. Mientras que los hombres se sienten más de acuerdo con la sensación de seguridad y el sistema de salud pública. En el resto de los atributos se comportan de forma similar.

Acorde a la figura número 23, entre los hombres es más marcado el desacuerdo con establecerse definitivamente en la ciudad. También destacan en ver poco a la Ciudad de Buenos Aires como un lugar para vacacionar. Otro atributo en el que los hombres identifican poco a la Ciudad es en la amabilidad de las personas. Las mujeres destacan levemente en sentirse nada de acuerdo con la favorabilidad en el clima.

En la figura número 24 salta a la vista como, de nuevo, es entre la clase media típica donde la Ciudad de Buenos Aires obtiene sus mayores asociaciones con la educación; destaca en la totalidad de los atributos consultados y por amplio margen respecto de los demás niveles socioeconómicos, llegando incluso a aproximarse al 100% la asociación como un destino para estudiar.

Ahora, si entre la clase media se dan las mayores asociaciones positivas, entre las personas del nivel socioeconómico más alto se dan las asociaciones más negativas. Como se aprecia en la figura número 25, sólo en lo referente al clima es donde el NSE alto no destaca. Lo que este segmento asocia en menor medida con la ciudad es la amabilidad de las personas, seguido por el pago de salarios adecuados.

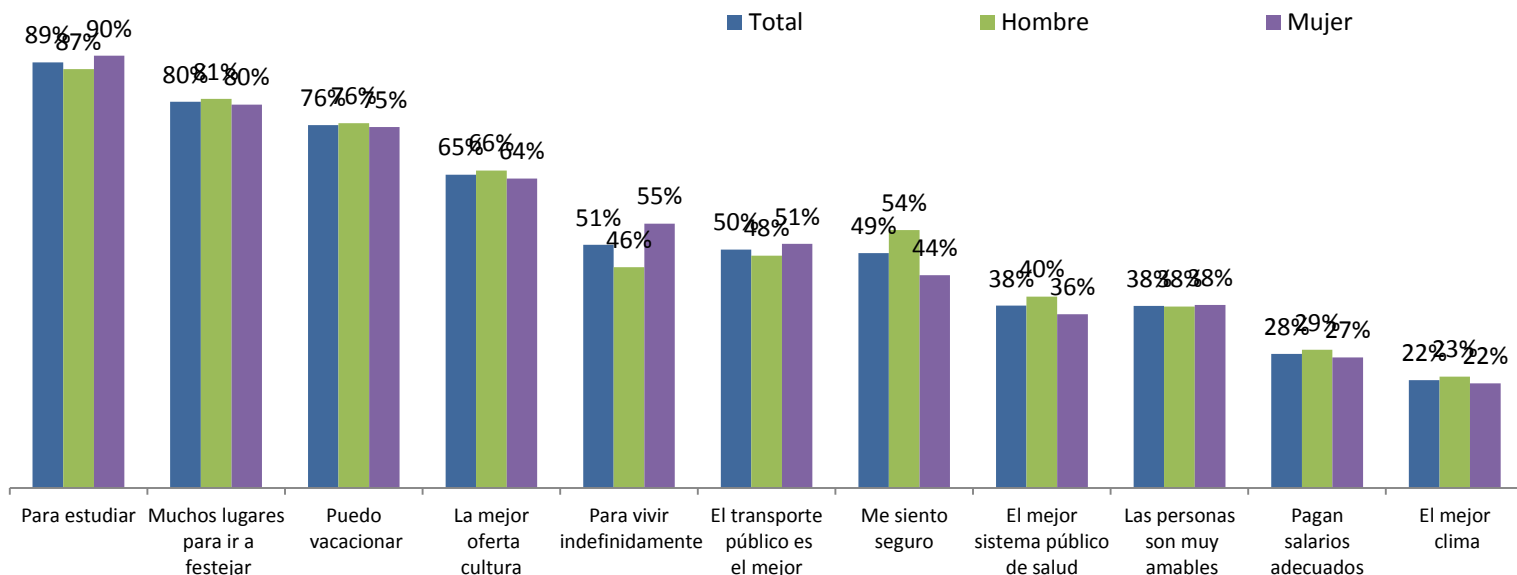


Figura número 22. Resultados Top two Box de la pregunta: “Ahora, pensado en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones”, resultados abiertos por Género

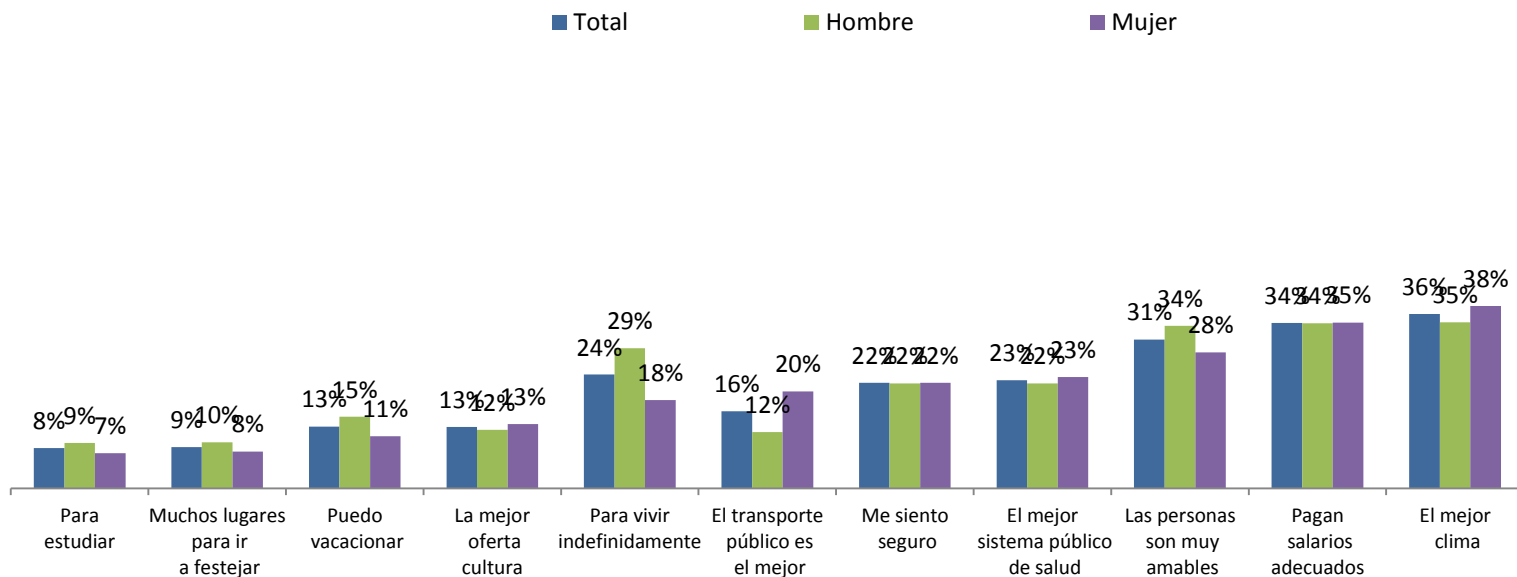


Figura número 23. Resultados Bottom to box de la pregunta: “Ahora, pensado en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones” resultados abiertos por Género

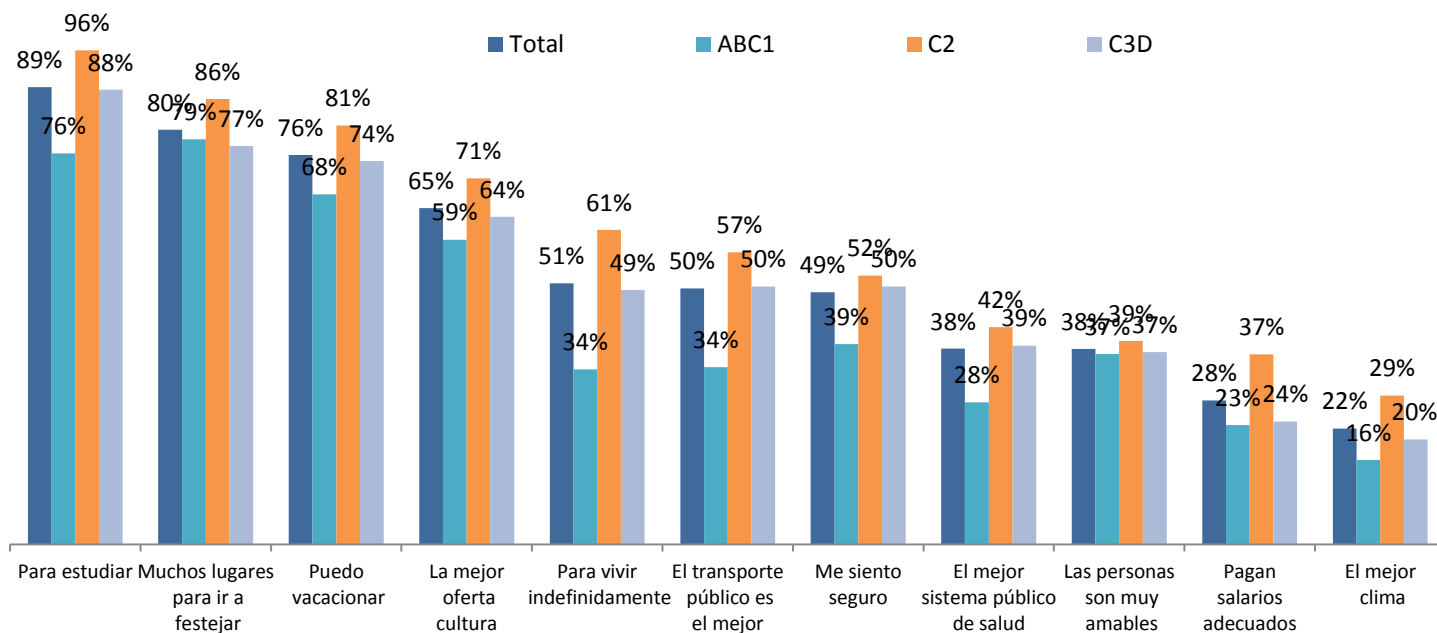


Figura número 24. Resultados Top two Box de la pregunta: ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones resultados abiertos por NSE

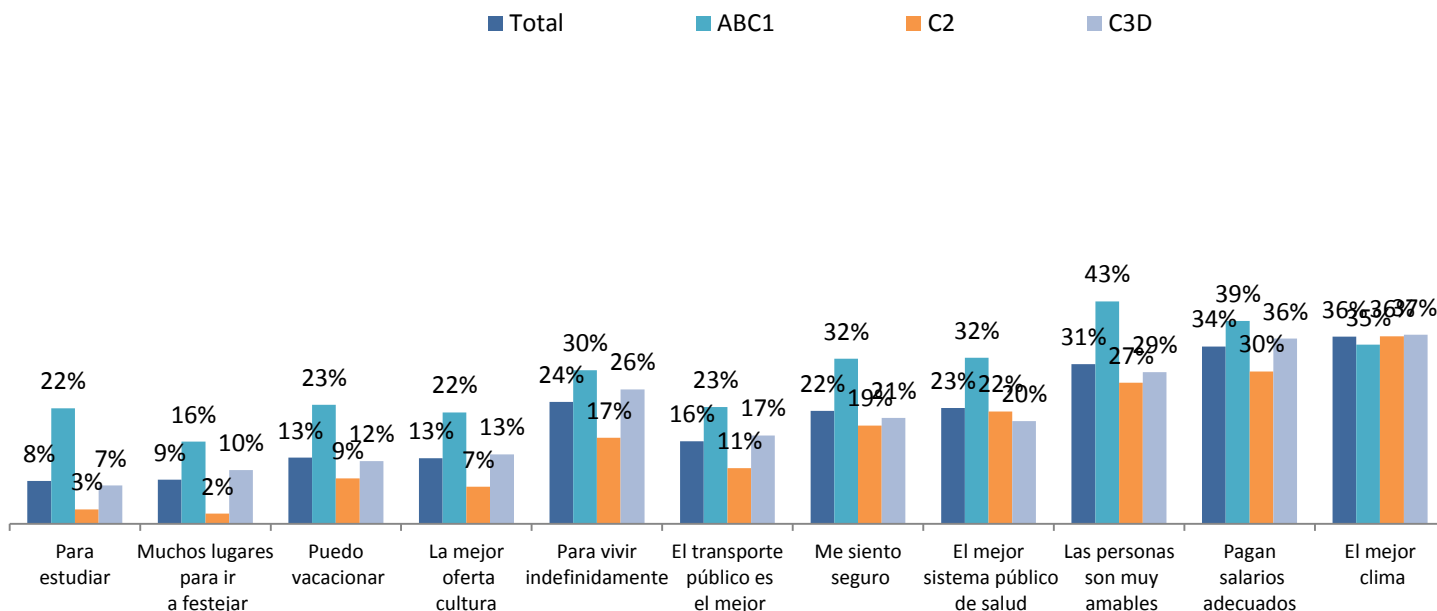


Figura número 25. Resultados Bottom to box de la pregunta: ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones”, resultados abiertos por NSE

Retomando lo anteriormente mostrado y a manera de conclusión para esta sección. La Ciudad de Buenos Aires encuentra sus mayores asociaciones guiadas en lo académico, lo relacionado a la cantidad de lugares para irse a festejar y la posibilidad de vacacionar. Entre las personas de mediana edad, los que llevan menos de un año y más de cinco años residiendo.

Las mujeres y los colombianos del NSE medio son los segmentos donde se da con más fuerza la asociación de la ciudad con temas académicos. El gozar de un buen clima pasa a ser el atributo con el que menos se asocia a la Ciudad de Buenos Aires, especialmente para los que llevan menos tiempo residiendo.

6.2.2.1 Comparación entre la asociación guiada y espontánea de atributos con la Ciudad de Buenos Aires.

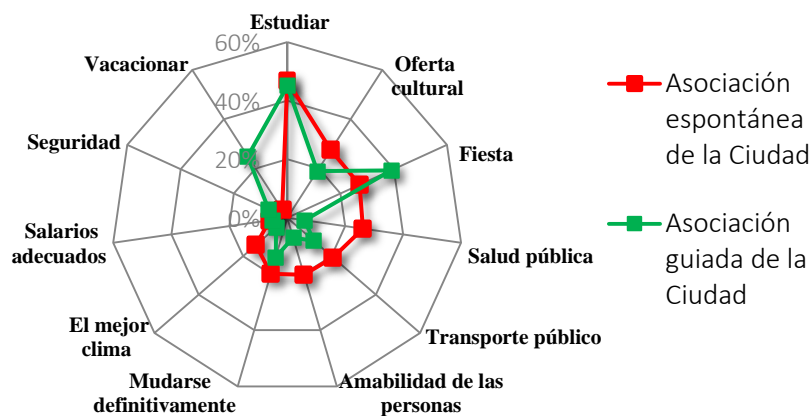


Figura número 25.1 Gráfico de araña Asociación espontánea y guiada de atributos con la Ciudad de Buenos Aires.

Identificados los atributos guiados y espontáneos de la ciudad se procede a realizar una comparación de estos para profundizar en el análisis, para tal fin se construyó la figura número 25.1, en ella se puede observar los atributos espontáneos con los que se asocian a la Ciudad y los atributos guiados. En el caso de los atributos guiados se tomó el máximo nivel de acuerdo para realizar la comparación.

Lo más destacable es la asociación de la Ciudad con un lugar para migrar por motivos educativos; obteniendo niveles muy similares de asociación espontánea y guiada. Sin embargo, al observar la figura número 25.1, se puede ver cómo también emergen otros atributos de la imagen.

Entre ellos se encuentran la oferta cultural de la Ciudad, la fiesta, el sistema de salud y el transporte públicos. En el mismo gráfico se puede ver como para los colombianos, la seguridad, los salarios adecuados y el buen clima, se encuentran menos asociados con la Ciudad.

6.2.3 Elección de los atributos más representativos de la Ciudad de Buenos Aires.

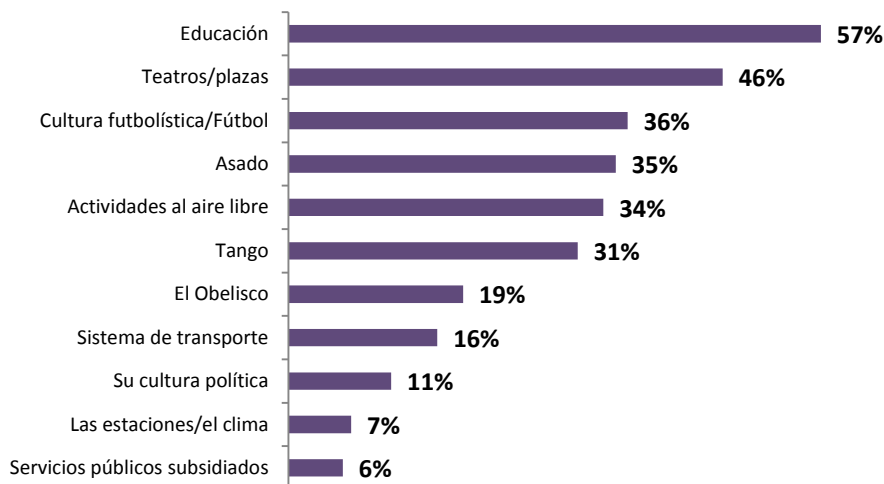


Figura número 26. Resultados a la pregunta ¿Cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina?

Prosiguiendo en la identificación de atributos distintivos de la Ciudad de Buenos Aires, se les preguntó a los ciudadanos colombianos residentes acerca de cuáles eran los atributos que mejor definían a la Ciudad. Las intenciones con esta pregunta fueron, en primer lugar, buscar si existe relación entre los atributos expuestos de forma guiada y espontánea. En segundo lugar, armar un ranking de los atributos distintivos.

En la figura número 26 se puede apreciar cómo, para los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires, el atributo que mejor define a la ciudad es la educación. Como quedó plasmado en líneas anteriores, el tema de costos, idioma y contexto propio de la sociedad colombiana hace que resulte atractivo para los estudiantes. En segundo lugar, se encuentran los teatros y plazas.

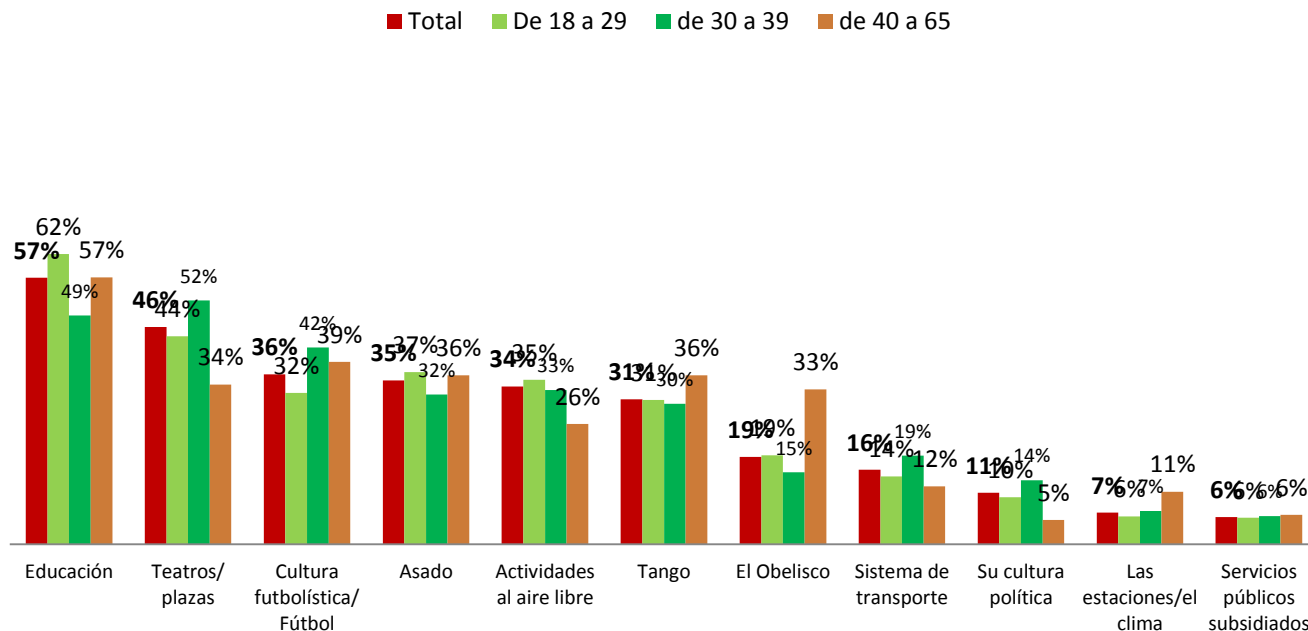


Figura número 27. Resultados a la pregunta ¿Cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Resultados segmentados por Edad

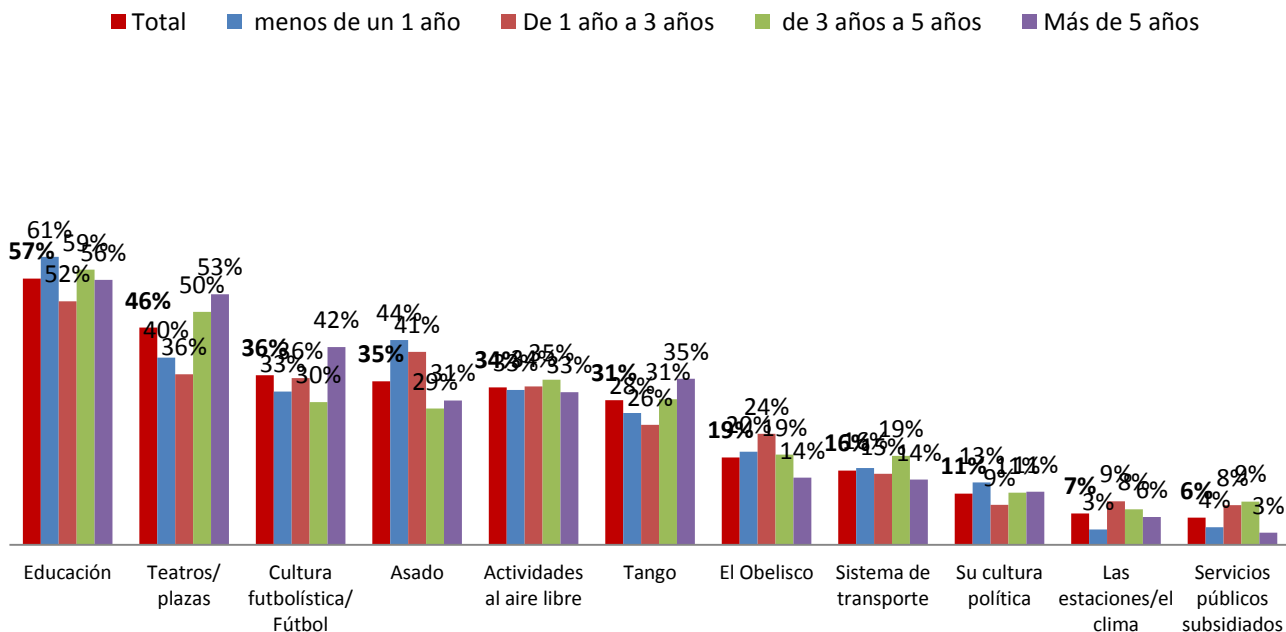


Figura número 28. Resultados a la pregunta ¿cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de los resultados por tiempo de residencia

En la figura número 26 parece que para los colombianos los atributos de la ciudad giran en torno a aspectos formativos y culturales, puesto que éstos lideran en su ranking. Son seguidos por cuestiones donde se deposite en grupo. Luego vienen aquellos atributos conformados por aspectos clásicos de la cultura porteña, y al final por temas de la cotidianidad.

En la figura número 27 se aprecia cómo entre los más jóvenes de la muestra la educación es lo que mejor define a la Ciudad de Buenos Aires. Es de recordar que muchos de ellos migran para cursar estudios de educación superior. Las personas de mediana edad mencionan en menor medida a la educación, para ellos los teatros/plazas y el fútbol son lo que mejor define a la Ciudad de Buenos Aires. Y entre las personas de mayor edad, el tango y el obelisco son lo que mejor define a la Ciudad.

El tiempo de residencia en la ciudad cambia los atributos que mejor definen a Buenos Aires. La figura número 28 muestra cómo los que llevan menos tiempo son quienes más asocian a la ciudad con temas educativos; para los que llevan más de un año y menos de tres el obelisco es el atributo que destaca; para quienes ya superan los tres años de residencia, el sistema de transporte público es lo que mejor define a la Ciudad y para los que llevan más de cinco años son los teatros/plazas lo más distintivo. Llama la atención como este atributo crece, conforme aumenta el tiempo de residencia.

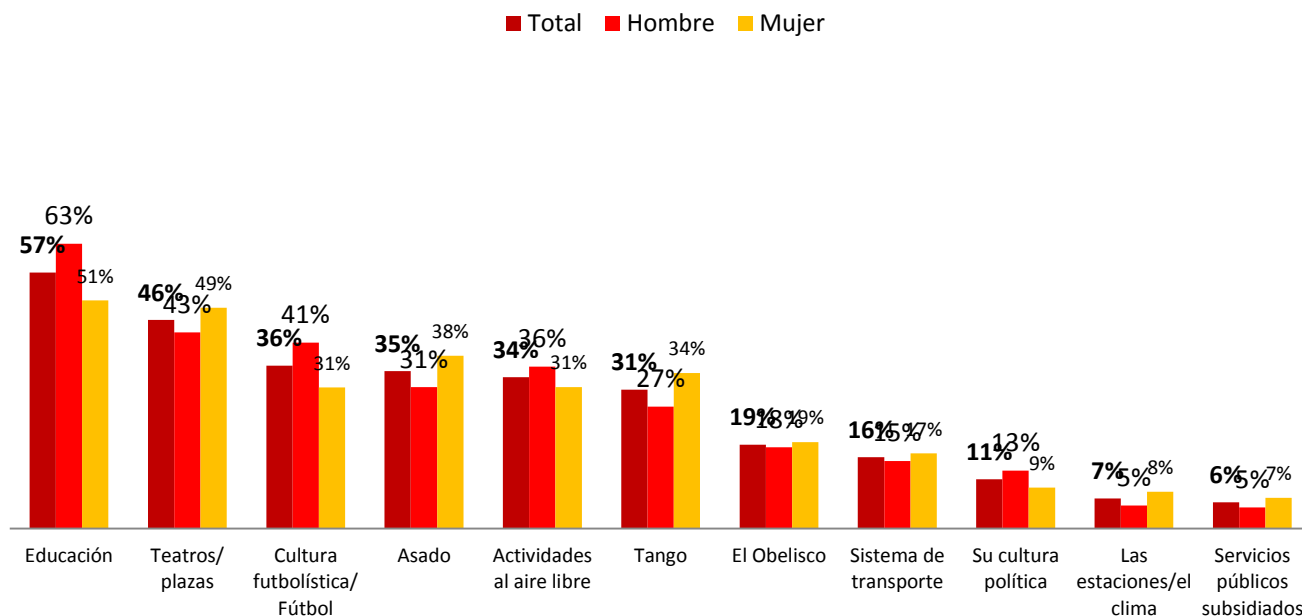


Figura número 29. Resultados a la pregunta ¿cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de resultados por la variable Género

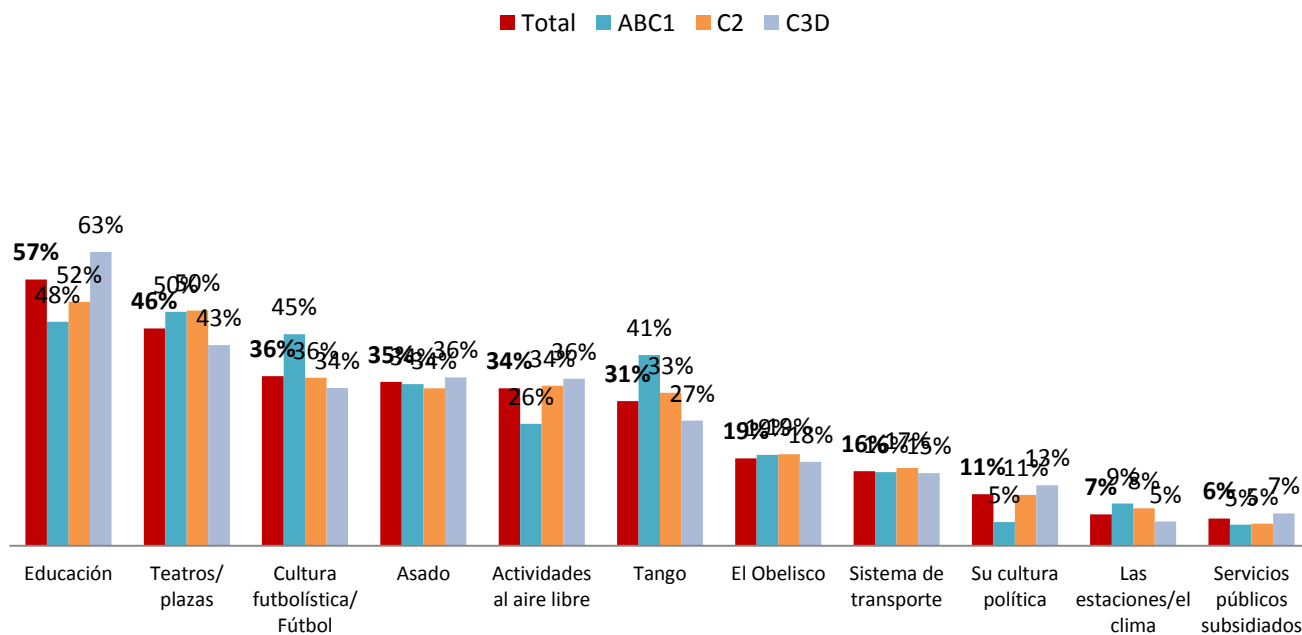


Figura número 30. Resultados a la pregunta ¿cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de resultados por el NSE

En la figura número 29, se aprecian diferencias marcadas entre lo que más define a la ciudad conforme el género del encuestado. Los hombres asocian la educación como el atributo que mejor define a la Ciudad de Buenos Aires; mientras que para las mujeres los teatros y plazas son aquello que más define a la Ciudad. Los hombres asocian en mayor medida al fútbol, mientras las mujeres destacan el asado.

En la figura número 30 se observa cómo el NSE continúa siendo una variable altamente segmentadora. A medida que baja el NSE se indica con mayor frecuencia que el atributo que mejor define a la Ciudad de Buenos Aires es la educación. Esto mismo ocurre con la cultura política y con las actividades al aire libre.

El caso contrario ocurre con los teatros y las plazas, la cultura futbolística, el tango y las estaciones: a medida que el NSE aumenta, son catalogados como mayores definitorios de la Ciudad. El NSE medio muestra un comportamiento poco marcado y a mantenerse en torno al promedio.

Resumiendo los atributos definitorios de la Ciudad, cabe señalar que la educación continúa siendo el atributo más característico para los colombianos. Entre aquellos que más mencionan este atributo se encuentran: los de un rango de edad entre los 18 a 29 años, aquellos con un tiempo de residencia menor a un año, hombres y para los colombianos del NSE C3.

6.3 Experiencia De Los Colombianos Residentes En La Ciudad Autónoma de Buenos Aires

6.3 Experiencia De Los Colombianos Residentes En La Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En este capítulo se detallará los resultados a las preguntas referidas a lo que más les ha gustado a los colombianos de la Ciudad de Buenos Aires durante su proceso migratorio, lo que menos les ha gustado, el cambio de la opinión, si es que se da, acerca de la ciudad, los principales motivos de la migración y el tiempo que tenían en mente invertir antes de migrar a la Ciudad.

6.3.1 Aspectos que más les han gustado a los colombianos de la Ciudad de Buenos Aires.



Figura número 31. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado?

Se preguntó a los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires: “Hablando de tu experiencia en general viviendo en Buenos Aires, Argentina ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado?” Esta pregunta fue hecha registrando las respuestas de forma abierta y espontánea. Se dejó a los participantes consignar todo lo que consideraran.

Los resultados totales de la pregunta se pueden apreciar en la figura número 31. En primer lugar, destacan la variedad de ofertas culturales y artísticas. En segundo lugar, la educación superior de calidad. Si bien a lo largo del estudio se ha visto que la educación se ubica en los primeros lugares, ocurre que al indagar por los aspectos que más han gustado se desplaza al segundo lugar.

También el desplazamiento al segundo lugar de la educación se debe a que los colombianos encuestados dividieron el tema educativo en dos, por un lado, el tema del acceso a educación de calidad, con 23% y la gratuidad de la educación con 7%. Sumando esas categorías, lo relacionado a la educación está dentro de lo más apreciado durante la estadía.

En la figura número 31 se puede ver cómo lo relacionado al transporte público de la Ciudad escala hasta un tercer lugar. Este aspecto no se hizo presente en las asociaciones guiadas, ni espontáneas y tampoco está entre los atributos que mejor definen a la Ciudad, sin embargo, es altamente gustado por los colombianos.

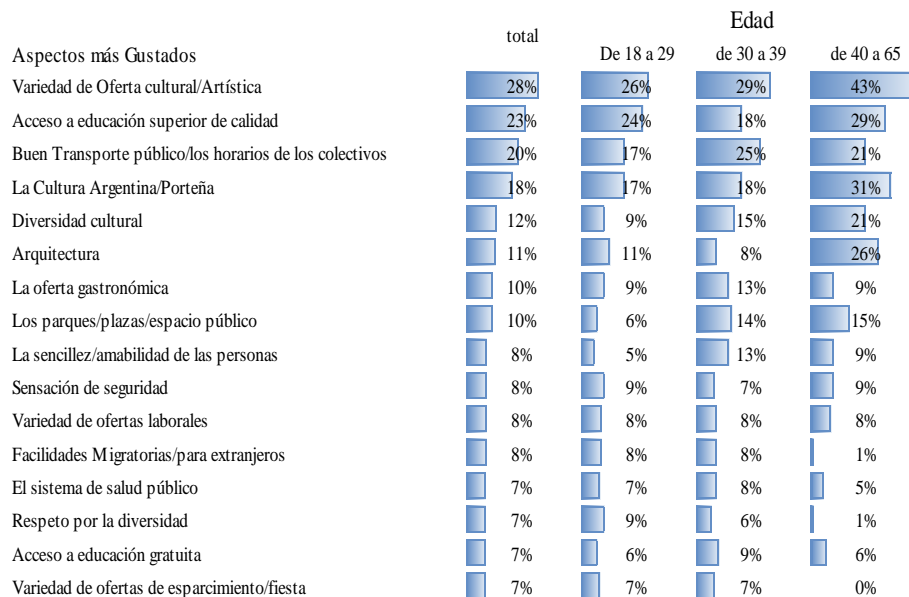


Figura número 32. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado? Apertura de resultados por el Edad

En la figura número 32 se puede ver cómo conforme aumenta la edad de los colombianos residentes, aumenta la preferencia por la variedad de ofertas culturales y artísticas. El acceso a la educación es menos mencionado por las personas de mediana edad. Para ellos lo más destacable de la Ciudad es el buen transporte público. El gusto por los rasgos característicos de la cultura de los habitantes argentinos de la Ciudad de Buenos Aires aumenta conforme aumenta la edad.

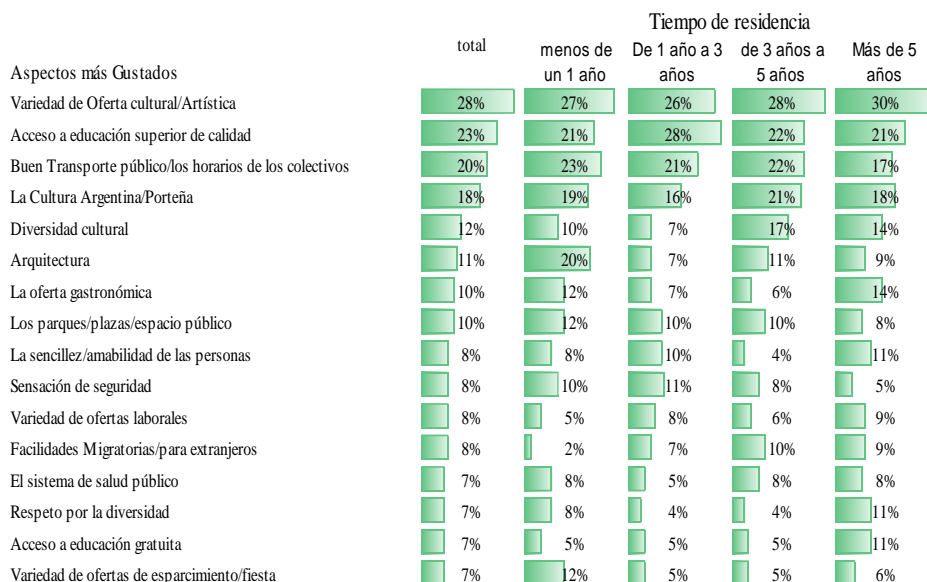


Figura número 33. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado? Apertura de resultados por tiempo de residencia

En la figura número 33 se puede apreciar un comportamiento sin grandes variaciones de los tres aspectos más gustados de la Ciudad cuando se analizan por tiempo de residencia. No siendo así, en los siguientes aspectos mencionados. Para las personas que llevan menos tiempo en la ciudad, la arquitectura es, por lejos, aquello que más destacan, junto con la variedad de ofertas de esparcimiento.

Los que llevan entre 1 y 3 años destacan el acceso a la educación superior de calidad. Quienes que llevan más de 3 años señalan la diversidad cultural y quienes llevan más de 5 años enfatizan el respeto por la diversidad cultural y el acceso a educación gratuita.

Las mujeres muestran un gusto especial por la variada oferta cultural y artística, como se puede apreciar en la figura número 34. Entre los hombres colombianos destaca

el gusto por la gastronomía. Por género, no se encuentra una diferencia marcada en cuanto al gusto en el acceso a la educación, aunque sí en el costo.

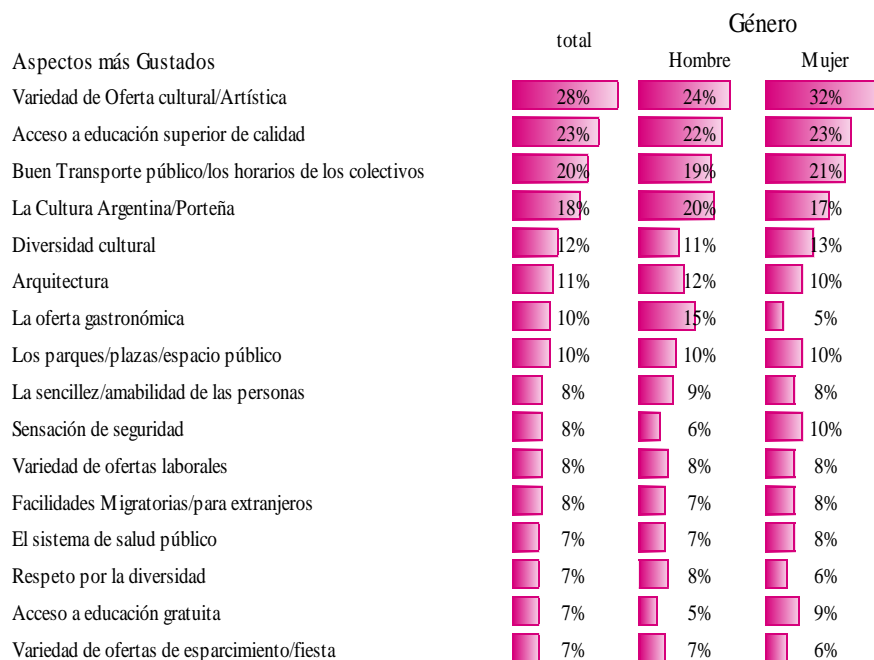


Figura número 34. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado?
Apertura de resultados por el género

Acorde a la figura número 35 el NSE alto es el que muestra variaciones más marcadas respecto del total de las respuestas. La diversidad cultural, la oferta gastronómica y la variedad de ofertas de esparcimiento es donde destacan. En el tema educativo, se da el mismo fenómeno que en los apartados anteriores: a medida que baja el NSE, el acceso a educación superior de calidad se hace más fuerte.

Es interesante ver cómo el gusto por la diversidad cultural es más alto en el NSE alto, y baja conforme baja el NSE. El respeto por la diversidad pasa del 0% entre el NSE

alto hasta un 11% en el NSE bajo. De nuevo el NSE medio destaca levemente en el aspecto de la oferta cultural.

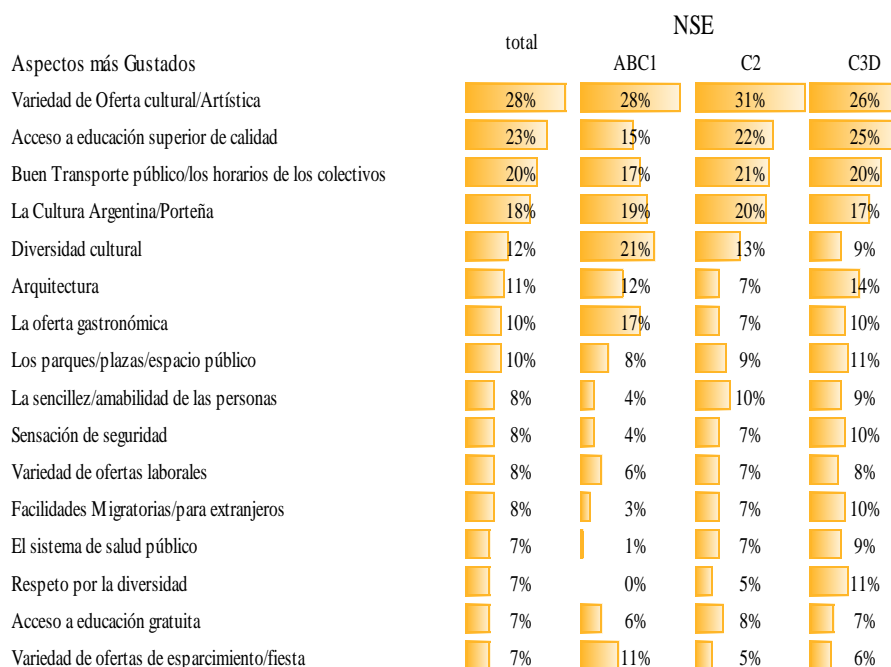


Figura número 35. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado? Apertura de resultados por el NSE

En síntesis, el perfil de los colombianos que manifiestan un gusto mayor por la variedad de oferta cultural es: los de mayor edad, los que llevan más tiempo residiendo en la Ciudad, aunque por pequeño margen, comparado con el resto de las franjas de tiempo residiendo; por las mujeres y por los clasificados como NSE medio. Y el acceso a la educación, el segundo aspecto gustado de la Ciudad es más mencionado por las personas de mayor edad, los que llevan entre 1 a 3 años de residencia, sin distinción por género y más marcadamente por el NSE C3.

6.3.2 Aspectos que menos les han gustado a los colombianos de la Ciudad de Buenos Aires.

Para tener las dos caras de la moneda, una vez aclarados cuáles son los aspectos más gustados por los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires, ha llegado el turno de hablar de los aspectos menos gustados. Para tal finalidad se preguntó: “Y ¿cuáles son los (aspectos) que menos te han gustado?” De nuevo la pregunta fue abierta y espontánea, asimismo las personas podían consignar todo lo que considerasen necesario.

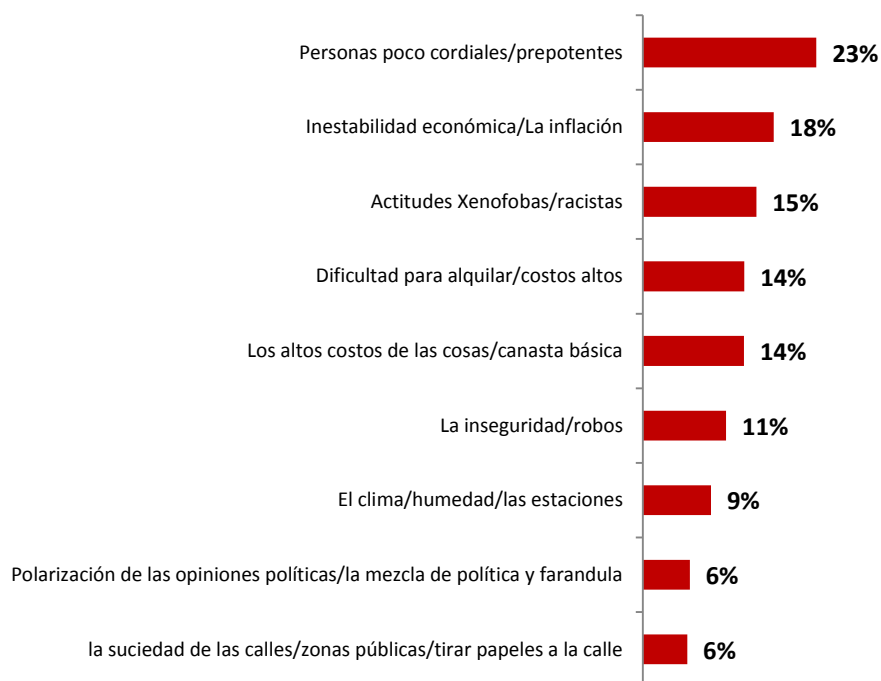


Figura número 36. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que menos te han gustado? A nivel total

Intenations (2018) publicó en su portal www.intenations.org los resultados de la encuesta The Top Ten Friendliest Countries In The World, la cual ubicó a Colombia en el puesto número 8 entre 65 países medidos. Este resultado es importante porque pone de

manifiesto la ya reconocida amabilidad de los colombianos. No es de extrañar entonces que, acorde a la figura número 36, los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires perciban como escasa la cordialidad de los porteños, e incluso, lleguen mencionarla como el aspecto que menos les ha gustado de la Ciudad.

La inestabilidad económica es el segundo aspecto que menos les gusta a los colombianos. Tampoco es de extrañarse esto, Colombia es un país con niveles de inflación anual que, como se puede apreciar en la tabla número 3, en los últimos 10 años no han superado los dos dígitos. Acostumbrando a los colombianos a cierta estabilidad en materia económica, que viviendo en Buenos Aires no perciben.

Tabla número 3, Inflación histórica de Colombia entre los periodos 2008 a 2017. Fuente: Indicadores de inflación básica y su variación anual, Banco de la República de Colombia. 2018.

Año	IPC	Variación anual
2017	138,85399	4,09%
2016	133,39977	5,75%
2015	126,14945	6,77%
2014	118,15166	3,66%
2013	113,98254	1,94%
2012	111,81576	2,44%
2011	109,1574	3,73%
2010	105,23651	3,17%
2009	102,00181	2,00%
2008	100	7,67%

El tercer aspecto menos apetecido de la Ciudad de Buenos Aires son las actitudes xenófobas o racistas. Si bien la Argentina cuenta con la ley 25871 o ley de migraciones, donde se consagra el migrar como un derecho humano, e históricamente ha sido un lugar con alto atractivo para migrar al punto que "...es el país con la mayor población de

inmigrantes en Suramérica, con un 4.8% de su población tota... “(Ámbito, 2017, párr. 1).

En algunos espacios las actitudes discriminatorias por razón de origen hacen presencia, en especial contra el colectivo colombiano.

Como lo sostiene Alejandro Grimson (2014) citado por la Dirección Nacional de Migraciones (DNM):

“Hoy por hoy, si de delitos hablamos, hay determinados colectivos que son estigmatizados y vinculados a determinadas actividades delictivas. Lo cito expresamente: colombianos. Parece que ser colombiano en la Argentina para muchos medios de comunicación es sinónimo de ser narcotraficante, pero si nos vamos a guiar por el índice de sentencias condenatorias y por las expulsiones que se disponen en función de sentencias condenatorias dictadas en nuestro país, la gran mayoría de condenados por tráfico y contrabando de estupefacientes, son europeos, no colombianos, ni paraguayos, ni peruanos, ni bolivianos... (párr. 4)”

Lo anterior pone en evidencia que, al mencionar las actitudes Xenófobas, no lo hacen como algo aislado o sin fundamentos, y cobra una relevancia importante en la construcción de la imagen de la ciudad de Buenos Aires entre los colombianos residentes. Llama la atención que, en el cuarto, quinto y sexto lugar de los aspectos menos valorados de la Ciudad, se ubiquen cuestiones que son familiares para cualquier habitante de la Ciudad de Buenos Aires. Encabezando la dificultad para alquilar, los costos de la canasta familiar y siguiendo por la inseguridad.

Profundizando por género, acorde a la figura número 37, los hombres tienden a indicar con mayor frecuencia elementos que no les gustan de la Ciudad de Buenos Aires, los gaps son más fuertes en lo referente a inestabilidad económica y actitudes xenófobas.

En cambio, las mujeres destacan fuertemente en lo referente al clima y a la suciedad que observan en la vía pública. La poca amabilidad es mencionada sin distinción por género.

Acorde a la figura número 38, se ve cómo la edad incide en cómo se percibe la cordialidad de las personas. Entre más se incrementa la edad, más caen las menciones sobre este aspecto. La inestabilidad económica es indicada con mayor frecuencia entre las personas de mediana edad y sorprendentemente, es entre las personas de mayor edad donde cae abruptamente.

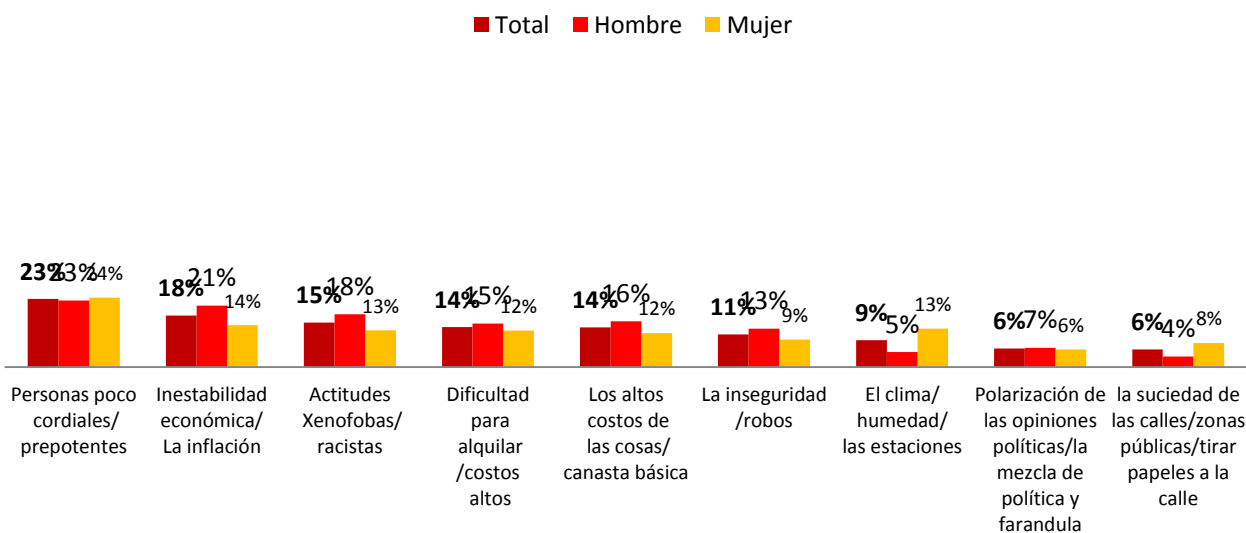


Figura número 37. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que menos te han gustado? Apertura de resultados por género.

Las personas de mayor edad destacan las actitudes xenófobas / racistas; los costos de la canasta familiar y la polarización política; aumentan de forma sostenida conforme aumenta la edad. Y es de nuevo entre los de mayor edad donde se observan crecimientos abruptos, especialmente en la inseguridad y la polarización.

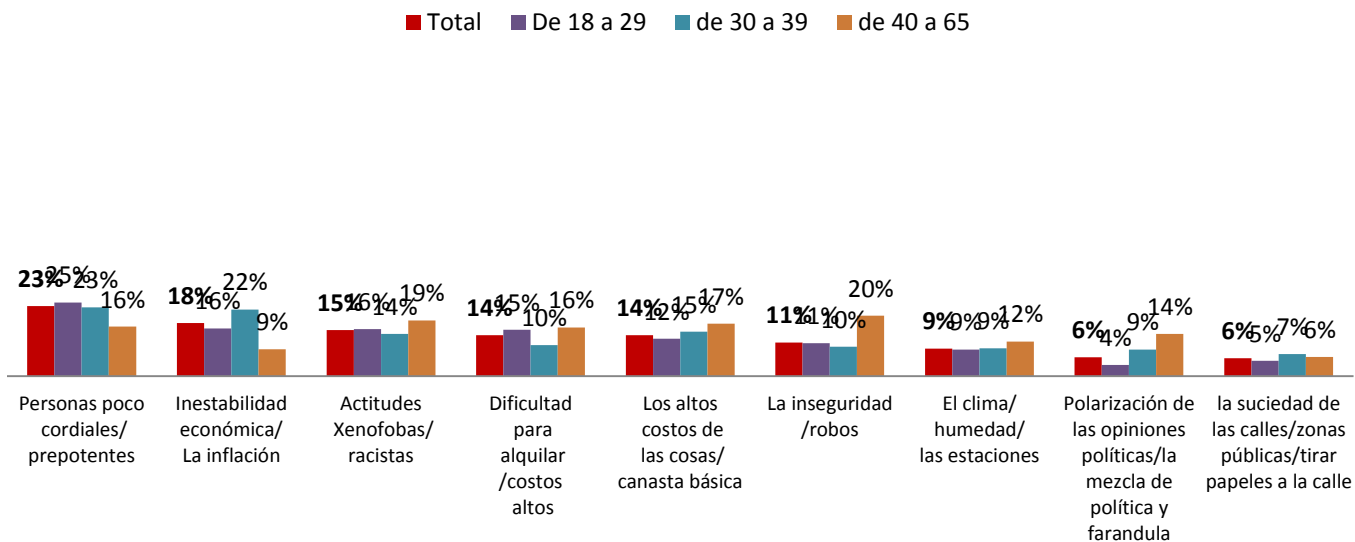


Figura número 38. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que menos te han gustado? Apertura de resultados por edad

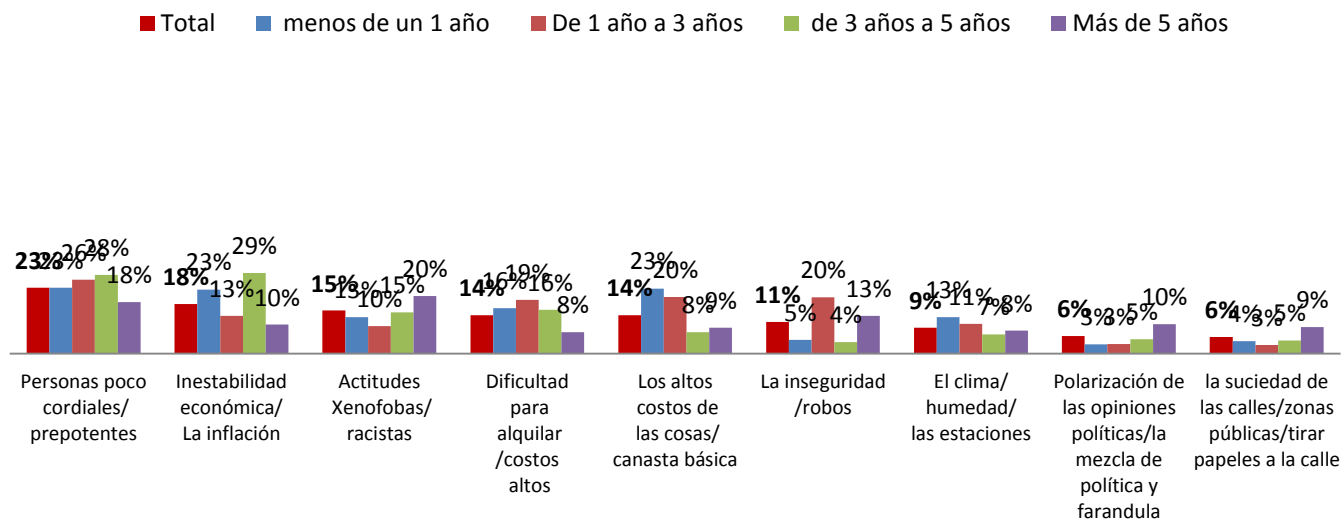


Figura número 39. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que menos te han gustado? Apertura de resultados por tiempo de residencia

Acorde a la figura número 39, a medida que aumenta el tiempo de residencia, aumenta la percepción de la escasa cordialidad de las personas. Existe un punto de quiebre cuando los ciudadanos colombianos llevan residiendo más de cinco años. Es llamativo que la inestabilidad económica muestra grandes fluctuaciones por el tiempo de residencia, siendo más fuerte entre quienes llevan de 3 a 5 años y los que llevan poco tiempo de residencia.

Las actitudes xenófobas son percibidas con mayor frecuencia conforme aumenta el tiempo de estadía. Resulta notorio que quienes llevan 5 años o más dejan de mencionar la poca cordialidad de los porteños para hacer foco en las actitudes xenófobas. La dificultad para alquilar aumenta hasta los 3 años de estadía y luego empieza a descender. Parece ser que los costos de las cosas son percibidos con más fuerza por quienes llevan menos tiempo residiendo en la ciudad.

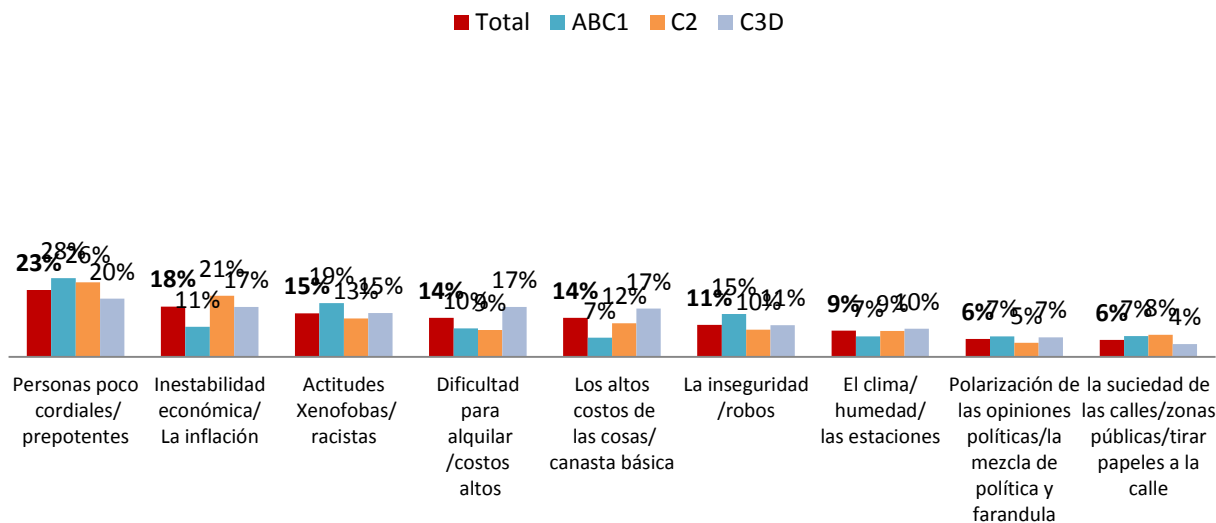


Figura número 40. Resultados a la pregunta ¿cuáles son los aspectos que menos te han gustado? Apertura de resultados por NSE

Acorde a la figura número 40 la insuficiente cordialidad es más percibida en los niveles socioeconómicos altos y baja conforme disminuye el NSE. La inestabilidad económica es mucho más percibida por las personas del NSE medio y la xenofobia por los ciudadanos colombianos del NSE alto.

La dificultad para alquilar es más fuerte entre las personas del NSE más bajo y a medida que baja el NSE, aumenta la frecuencia con la que se menciona el costo de las cosas como algo que no les gusta de la Ciudad de Buenos Aires; el caso contrario ocurre con la inseguridad, que es más mencionada por las personas del NSE alto y baja conforme baja el NSE.

Recapitulando y a modo de síntesis para esa sección, el aspecto menos gustado de la Ciudad, para los colombianos, es la poca cordial de las personas. Es mencionada con una mayor frecuencia por las personas más jóvenes de la muestra, quienes llevan menos de un año de residencia, los pertenecientes al NSE alto y sin distinción por género.

6.3.2.1 Comparación entre los aspectos más y menos gustados de la Ciudad de Buenos Aires para los colombianos.

Una vez expuestos los aspectos más y menos gustados de la Ciudad, conviene hacer el ejercicio de compararlos para continuar con la construcción de la imagen de la Ciudad entre los colombianos. A groso modo se ve, en la tabla número 4, como lo más gustado gira en torno a lo cultural, educativo y edilicio de la Ciudad. Mientras que, lo menos gustado gira entorno a actitudes de los habitantes de la Ciudad, temas del orden

económico y político nacional. Permitiendo diferenciar rasgos marcados de la imagen de la Ciudad, cuando se indaga sobre lo más y menos gustado.

Tabla número 4. Comparación entre lo que más y menos gusta de la Ciudad de Buenos Aires a los ciudadanos colombianos residentes.

Aspectos	Más Gusta	Aspectos	Menos Gusta
Variedad de Oferta cultural/Artística	28%	Personas poco cordiales/prepotentes	23%
Acceso a educación superior de calidad	23%	Inestabilidad económica/La inflación	18%
Buen Transporte público/los horarios de los colectivos	20%	Actitudes Xenóforas/racistas	15%
La Cultura Argentina/Porteña	18%	Dificultad para alquilar/costos altos	14%
Diversidad cultural	12%	Los altos costos de las cosas/canasta básica	14%
Arquitectura	11%	La inseguridad/robos	11%
La oferta gastronómica	10%	El clima/humedad/las estaciones	9%
Los parques/plazas/espacio público	10%	Polarización de las opiniones políticas	6%

6.3.3 Cambio en la opinión de los ciudadanos colombianos sobre la Ciudad de Buenos Aires desde su llegada.

“En la formación de las actitudes del consumidor influyen poderosamente la experiencia personal, la influencia de familiares y amigos, el marketing directo y los medios de comunicación masiva e Internet. El medio principal por el cual se forman las actitudes en relación con bienes y servicios es la experiencia directa que obtiene el consumidor cuando los prueba y los evalúa” (Schiffman, Lazar, 2010, p.240).

De las palabras anteriores se puede notar lo importante que es para la presente investigación medir el cambio de las actitudes. Con la pregunta “¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? En caso afirmativo, ¿en qué sentido?”, busca medir el impacto de la experiencia migratoria en la imagen que se tiene de la Ciudad. Como se puede apreciar en la figura número 41, llega al 72% de los

colombianos residentes en la Ciudad encuestados, 60% cambia de una forma positiva y 12% de una forma negativa.

Más de 7 de cada 10 personas encuestadas han cambiado su actitud respecto de la ciudad. Este dato deberá ser tenido en cuenta para la definición de las futuras estrategias de marketing que se deseen desarrollar. La experiencia directa en la formación de actitudes es clave porque se ha demostrado que (Schiffman, Lazar, 2010) “suelen mantenerse con mayor confianza y ser más duras y resistentes frente a los ataques...” (p.240).



Figura número 41. Resultados a la pregunta ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? sí, sí, ¿en qué sentido? En total.

Acorde a la figura número 42, las personas que tienen entre 30 a 39 años son los que menos han cambiado su opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires; puede verse cómo la edad influye en el sentido de la opinión. Entre los más jóvenes es observable el cambio de la opinión de forma positiva, entre los de mediana edad se encuentran lo que menos cambian de forma negativa y entre las personas de mayor edad las opiniones cambian con mucha mayor fuerza, en especial hacia un sentido negativo.

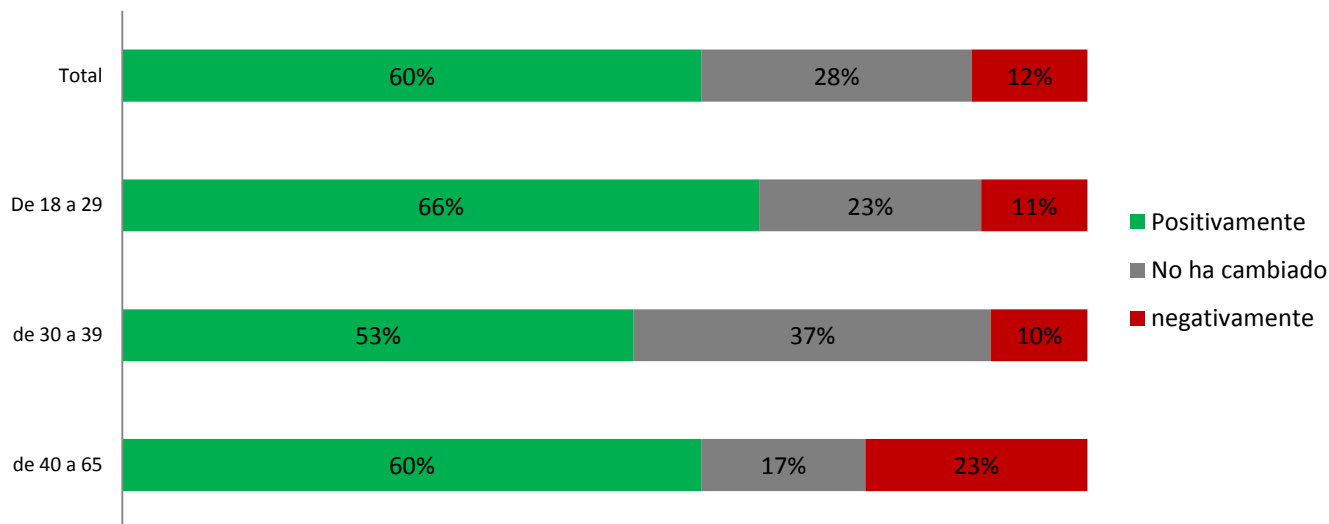


Figura número 42. Resultados a la pregunta ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? En caso afirmativo, ¿en qué sentido? Apertura de resultados por edad.

En la figura número 43 se aprecia la influencia de la exposición a la Ciudad en el cambio de las opiniones por tiempo de residencia. Durante el primer año se verifica con mayor frecuencia la tendencia a que la opinión cambie de forma negativa. Entre un año y menos de tres resulta más frecuente mantener la opinión y a medida que aumenta el tiempo de residencia, aumenta el cambio de la opinión en un sentido positivo: evoluciona de un 59% entre los que llevan menos de un año, a 66% entre los que llevan 5 años o más residiendo en la Ciudad.

En los extremos del tiempo de residencia, es decir el menor y mayor tiempo, se dan los niveles más altos de variaciones en la opinión acerca de la Ciudad. Se puede apreciar cómo los de menor tiempo residiendo acumulan un 79% de cambio en la opinión y los colombianos de mayor tiempo acumulan un 77%.

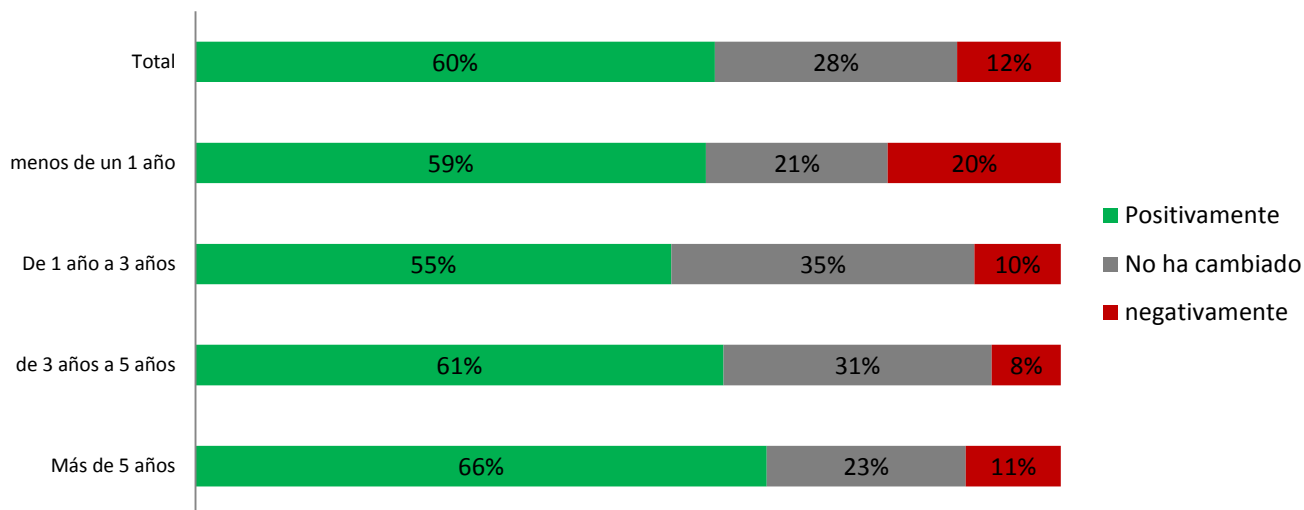


Figura número 43. Resultados a la pregunta ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? En caso afirmativo, ¿en qué sentido? Apertura de resultados por tiempo de residencia.

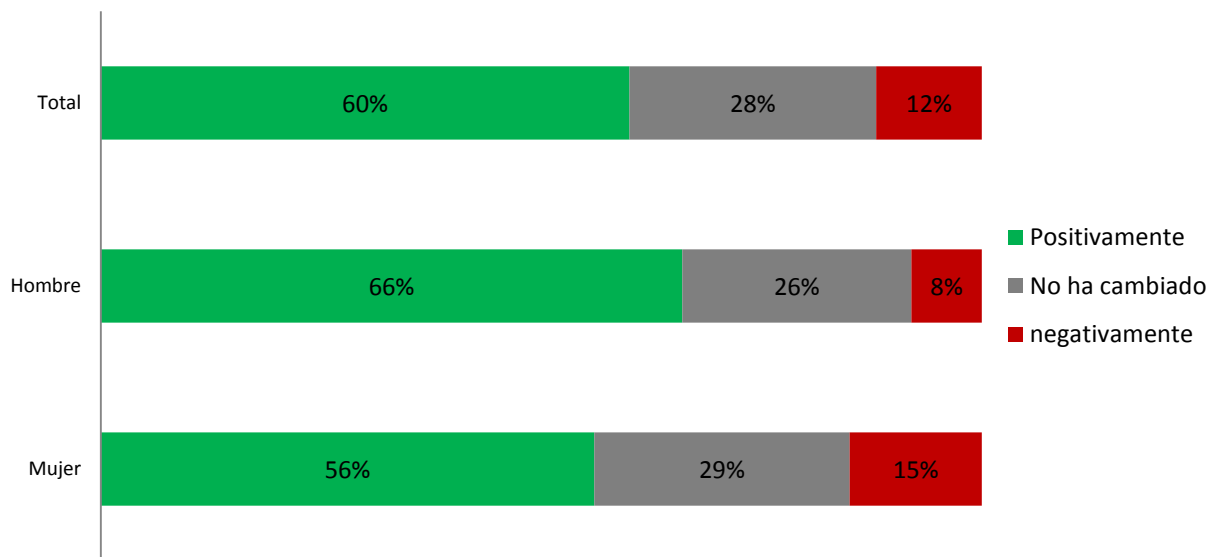


Figura número 44. Resultados a la pregunta ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? sí, sí, ¿en qué sentido? Apertura de resultados por género

En la figura número 44 se aprecia como hombres y mujeres piensan diferente con relación a la Ciudad una vez que se encuentran residiendo. Entre los hombres, es más común que la opinión cambie de forma positiva, e incluso sólo el 8% manifiesta un cambio negativo de su opinión acerca de la Ciudad. Entre las mujeres se manifiesta una mayor tendencia a mantener su opinión sobre la Ciudad y también se produce el cambio en un sentido desfavorable.

En la figura número 45 se puede apreciar el comportamiento con resultados abiertos por NSE de los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires. El NSE medio acumula el porcentaje más alto de personas que no cambian su opinión sobre la Ciudad y, asimismo, de quienes perciben un cambio desfavorable.

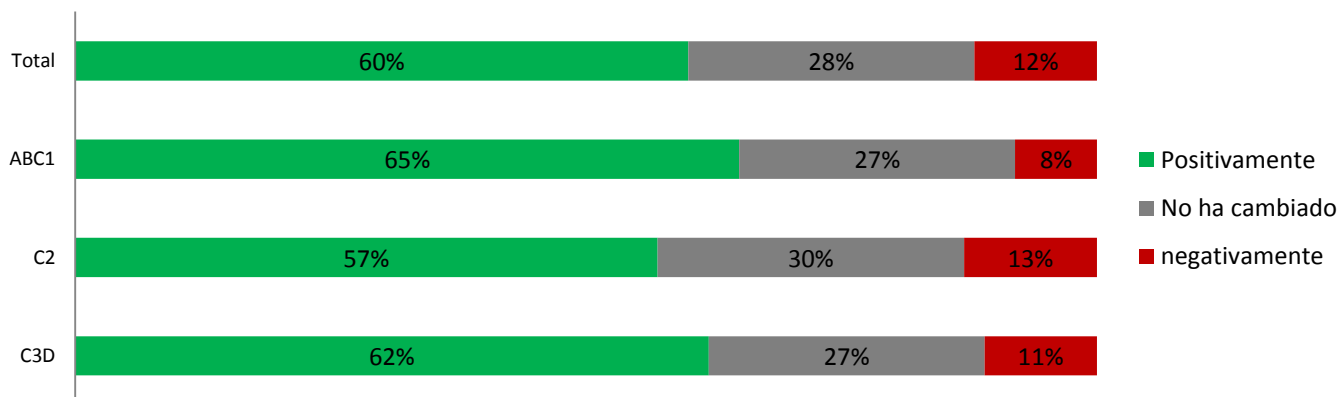


Figura número 45. Resultados a la pregunta ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? En caso afirmativo, ¿en qué sentido? Apertura de resultados por NSE

Es llamativo ver cómo el NSE alto y bajo se comportan de forma similar en cuanto a las opiniones de la Ciudad; más del 60% de los respondientes en ambos niveles socioeconómicos cambia su opinión en un sentido favorable, e incluso tienen el mismo porcentaje de personas que manifiestan no presentar un cambio en su opinión sobre la

ciudad. Se resalta esto, puesto que, a lo largo de la investigación estos dos grupos han mostrado comportamientos opuestos.

Para recapitular, se encuentra entonces que las personas más jóvenes de la muestra, quienes llevan más de 5 años residiendo en la Ciudad, los hombres y los que pertenecen al NSE alto, son quienes manifiestan un cambio positivo más alto de su opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires. Por otro lado, se ha encontrado que las personas de mayor edad, aquellos que llevan menos de un año de residencia, las mujeres y quienes pertenecen al NSE medio son quienes afirman sentir con más fuerza un cambio negativo en su opinión una vez han empezado a experimentar el proceso migratorio a la Ciudad.

6.3.4 Motivo principal por el cual migran los colombianos a la Ciudad de Buenos Aires

Este apartado de la investigación busca indagar qué motiva la migración de los colombianos hasta la Ciudad de Buenos Aires - Argentina. Para tal fin, se realizó la siguiente pregunta: ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? La pregunta era de tipo guiada y excluyente. Según Schiffman y otros (2010) la motivación es

“...la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción. Esta fuerza impulsora se genera por un estado de tensión que existe como resultado de una necesidad insatisfecha. Los individuos se esfuerzan tanto consciente como subconscientemente por reducir dicha tensión eligiendo metas y valiéndose de un comportamiento que, según sus expectativas, satisfará sus necesidades y, de esa manera, aliviará el estrés que padecen.” (p 88)

La anterior pone de manifiesto la relevancia de entender qué empuja a los Ciudadanos colombianos a migrar. Esa fuerza impulsora es condensada en una serie de motivos que, por más que proviene de un grupo de personas del mismo país, varía por la naturaleza de las metas y los comportamientos que se realizan para la satisfacción de la necesidad.

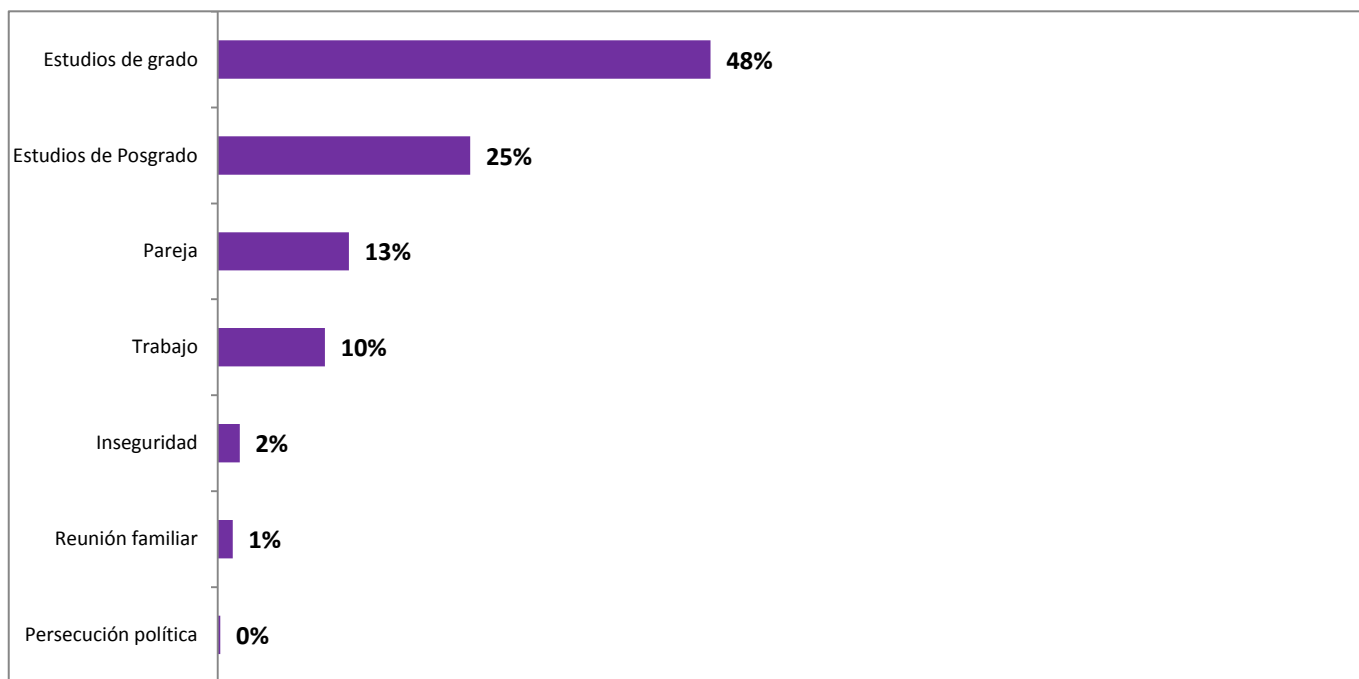


Figura número 46. Resultados a la pregunta ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina?

Como se puede observar en la figura número 46, el 73% de los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires decidieron migrar por motivos académicos. En mayor medida lo hicieron para realizar estudios de grado, aproximándose a la mitad de los encuestados. Esto explicaría, en buena medida, la razón por la cual la educación ha estado tan presente a la largo de los resultados de la investigación. Además, la migración

por fines educativos tiene un alto componente económico, como se explicó en la asociación espontánea de atributos.

Es llamativo ver cómo después de los elementos relacionados con estudios de grado y posgrado, los aspectos sentimentales resulten el principal motivo para realizar la migración a la Ciudad de Buenos Aires. A ellos siguen el trabajo y en menor medida la inseguridad en Colombia, reunión familiar y marginalmente, persecución política.

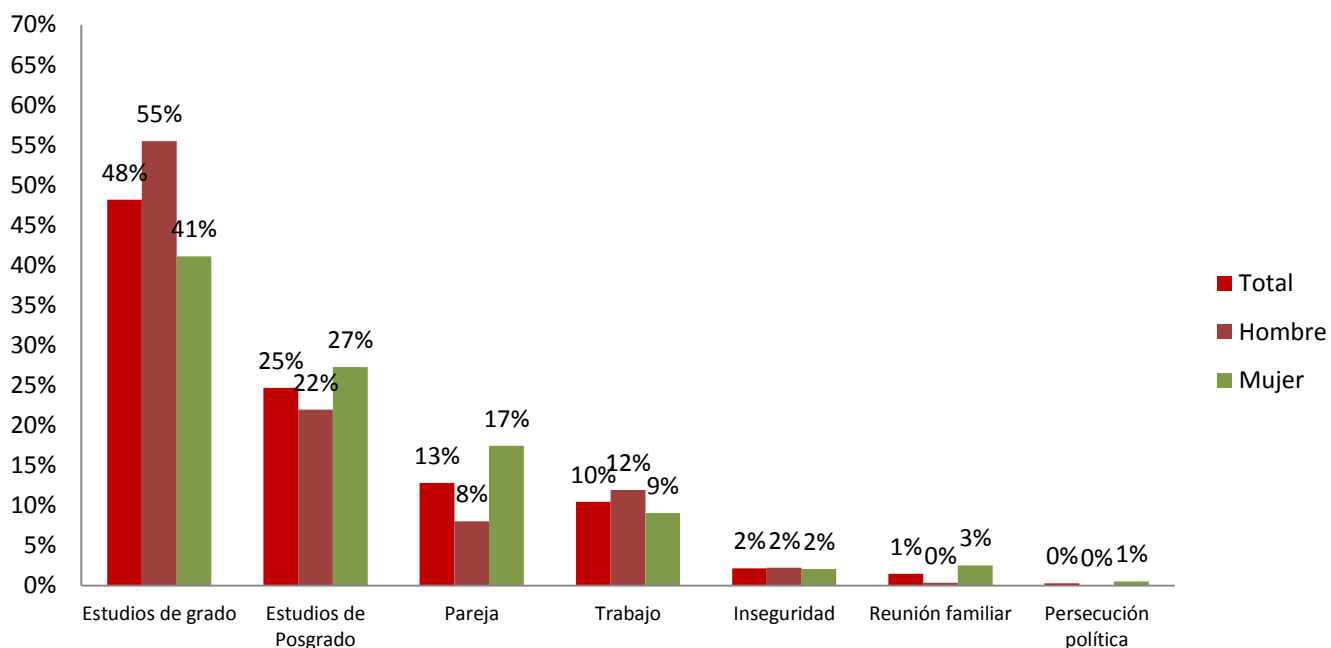


Figura número 47. Resultados a la pregunta ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de resultados por género.

La figura número 47 muestra los resultados del motivo principal, con apertura de datos por la variable género del entrevistado. Realizar estudios de grado es el principal motivo para migrar, especialmente para los hombres, mientras las mujeres tienen como

principal motivo para migrar, la realización de estudios de posgrado. También son las mujeres quienes más migran a la Ciudad de Buenos Aires por pareja.

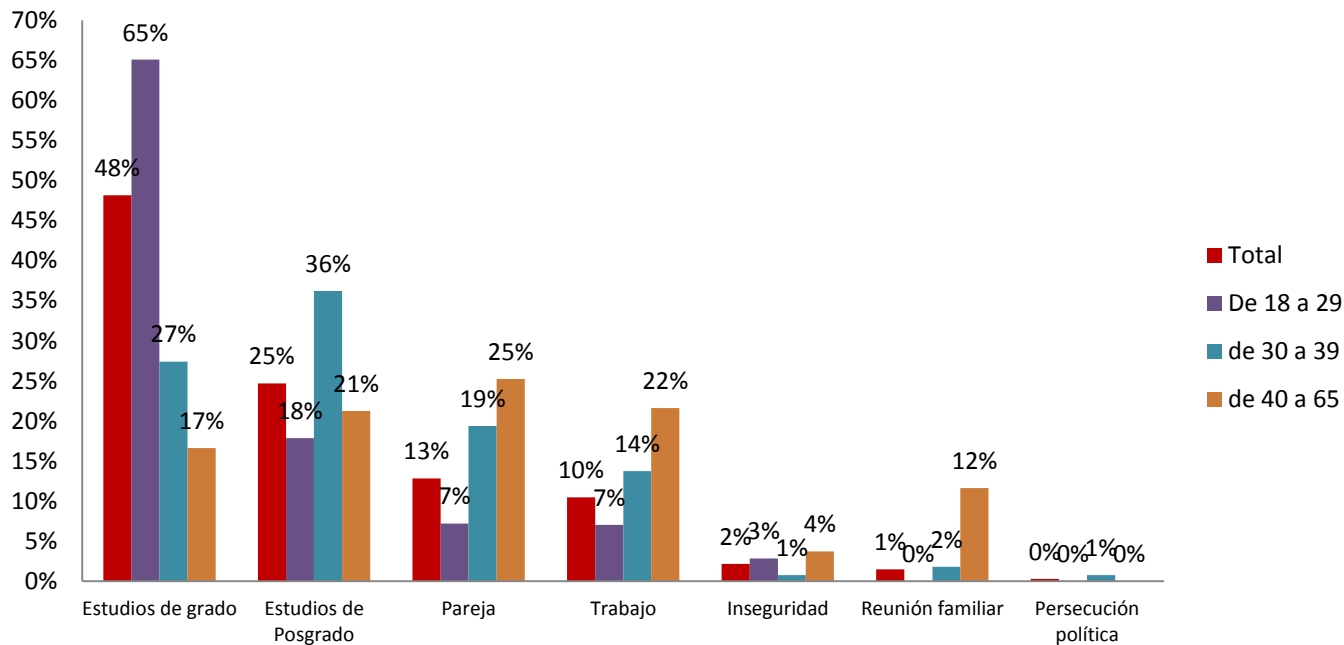


Figura número 48. Resultados a la pregunta ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de resultados por edad.

La figura número 48 muestra los resultados de la pregunta abiertos por la variable edad. Hay marcadas diferencias en el motivo principal de la migración, cuando se analiza por franja etaria; los colombianos más jóvenes, quienes tienen entre 18 y 29 años, destacan completamente en los estudios de grado, es interesante ver cómo, a medida que la edad aumenta, este motivo va disminuyendo como principal motivador de la migración.

Para las personas de mediana edad, los estudios de posgrado son el principal motivo para migrar por amplio margen. Los temas de pareja y las razones laborales son motivos de migración muy poco aducidos entre los colombianos más jóvenes que han

decidido migrar a la ciudad de Buenos Aires; a medida que aumenta la edad, van aumentando, hasta obtener picos entre las personas de mayor edad. El migrar motivados principalmente por a “reunión familiar” es más frecuente entre los colombianos de mayor edad en la muestra.

La figura número 49 muestra que los colombianos con menos tiempo residiendo en la Ciudad de Buenos Aires destacan los temas laborales como principal motivo para migrar; quienes llevan entre 1 a 3 años en la ciudad, destacan los estudios de grado. Mientras que los temas de pareja, es el principal motivo para migrar entre los que tienen 3 años o más residiendo en la Ciudad de Buenos Aires.

Los estudios de posgrado muestran una curva ascendente a medida que pasa el tiempo residiendo en la Ciudad, teniendo una caída abrupta cuando se llevan 5 años o más. Este fenómeno podría deberse al tiempo de cursada del posgrado; que como detalla la Universidad de Buenos Aires (2018) puede durar desde las 368 horas reloj, para las especializaciones; por lo general, realizada en un año. Pasando hasta las 704 horas mínimas para una maestría, usualmente repartida en dos años; hasta el máximo de 6 años máximo para los doctorados (www.UBA.ar/posgrados) entonces, se tiene que, al estar la estadía al tiempo de cursada, puede darse el fenómeno de abandono del país al dar por cumplido el objetivo principal de la migración

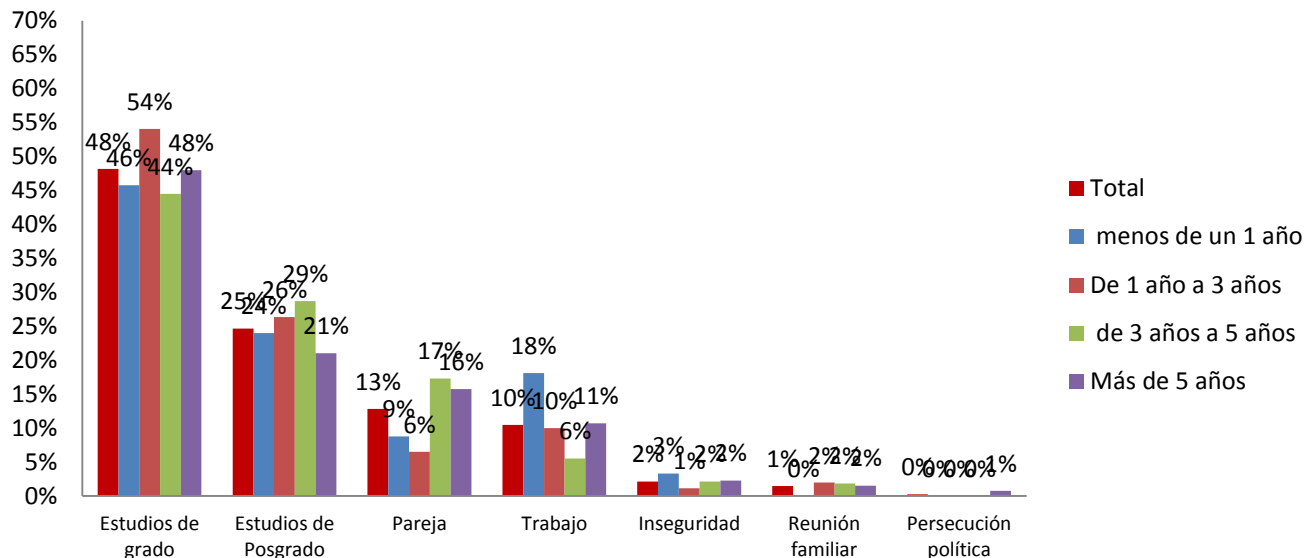


Figura número 49. Resultados a la pregunta ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Apertura de resultados por la variable tiempo de residencia

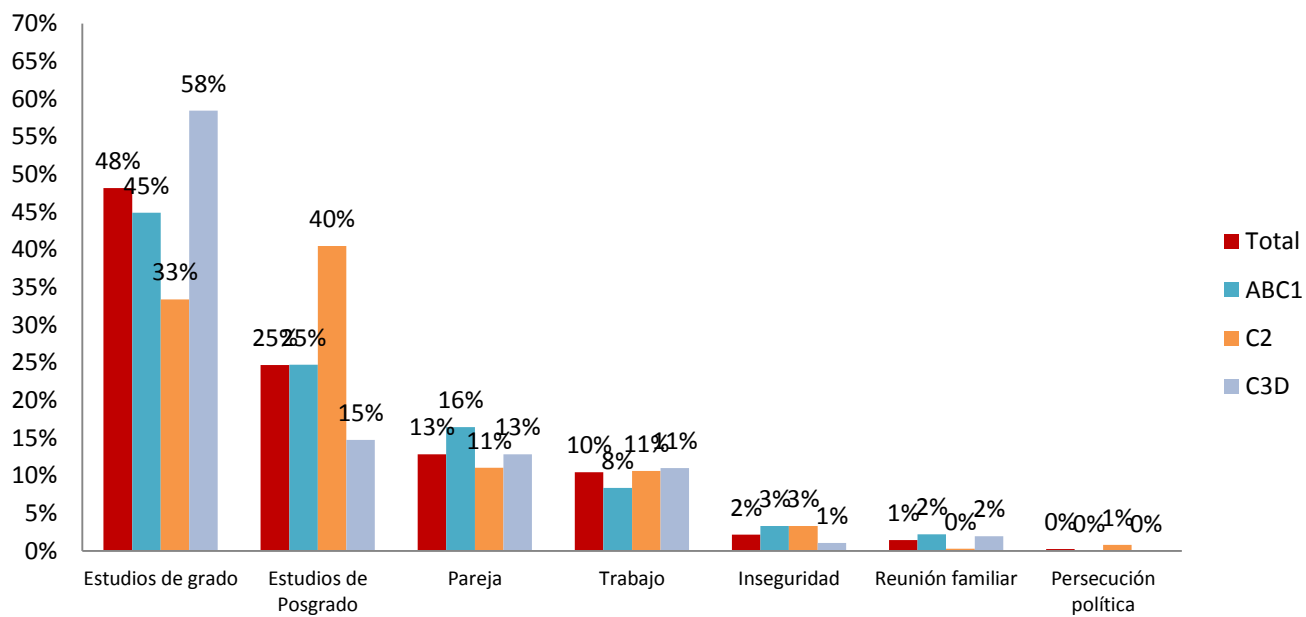


Figura número 50. Resultados a la pregunta ¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? Por tiempo NSE

Como se observa en la figura número 50, los estudios de grado son el principal motivo de la migración para los colombianos del NSE más bajo, llegando al 58%, mientras que para el NSE medio los estudios de posgrado son la principal razón para migrar. Los temas de pareja muestran un incremento resaltable como motivo principal para migrar entre las personas del NSE alto.

Para cerrar lo referente al motivo principal de la migración se expone, como síntesis que el motivo principal de la migración de los colombianos a la Ciudad de Buenos Aires son los estudios de grado en primer lugar y los estudios de posgrado en segundo lugar.

Los colombianos que mencionan con mayor frecuencia la realización de estudios de grado son hombres, de entre 18 a 29 años, con un tiempo de residencia comprendido entre uno y tres años, pertenecientes al NSE C3. Mientras que la realización de estudios de posgrado es mencionada mayoritariamente por las mujeres, los que tienen de 30 a 39 años, describe una curva ascendente desde menos de un año, hasta los 5 años de residencia y los pertenecientes al NSE C2.

6.3.5 Tiempo que se planea invertir en la migración a la Ciudad de Buenos Aires.

La pregunta: Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir?, que es guiada y excluyente, busca conocer la cantidad de tiempo que los inmigrantes colombianos planean invertir durante su estadía para la consecución del motivo del viaje, que como se expuso en el apartado anterior, es mayoritariamente formación profesional.

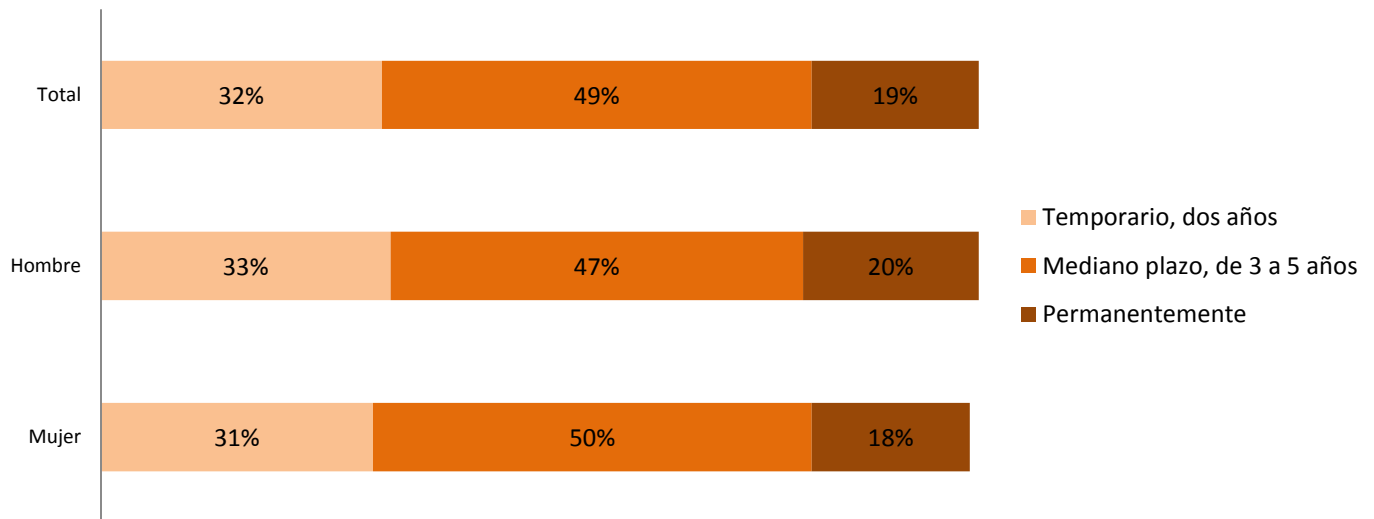


Figura número 51. Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir? Apertura de resultados por la variable género

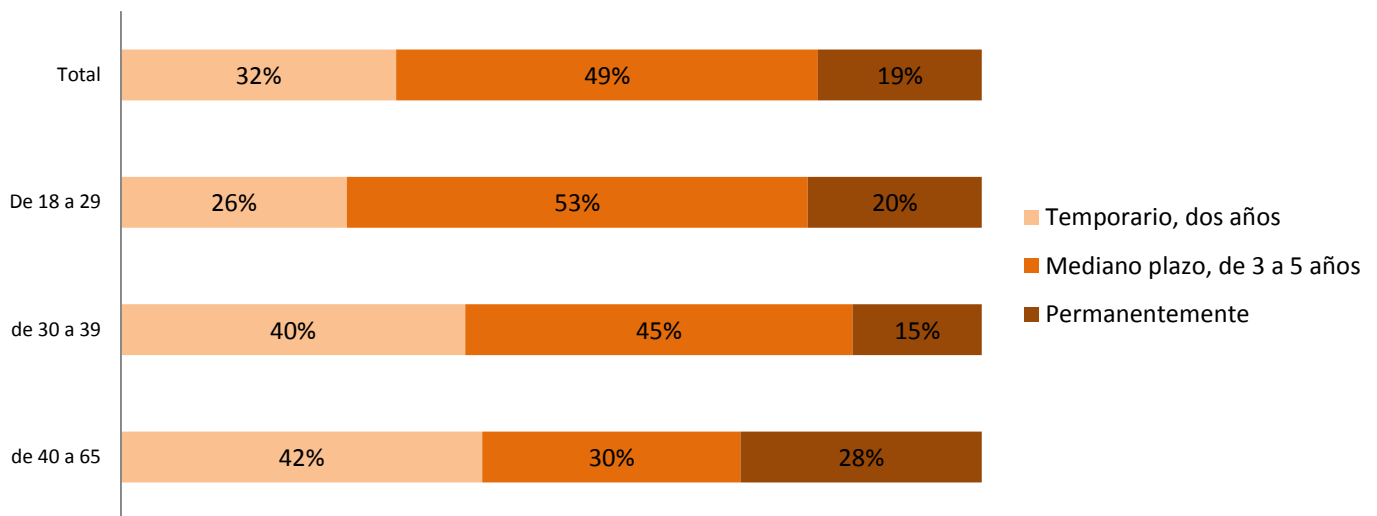


Figura número 52. Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir? Apertura de resultados por la variable Edad

En la Figura número 51 se puede ver que el 81% de los ciudadanos colombianos, antes de migrar a la Ciudad de Buenos Aires, desean hacerlo por un periodo de tiempo determinado y tan sólo el 19% decide realizar el proceso de forma permanente. También se puede apreciar que el 49% de los colombianos planea invertir entre 3 y 5 años en el proceso migratorio. De igual forma, son resaltables las pocas variaciones en los tiempos a invertir en la migración cuando se analiza por género del encuestado.

Acorde a la figura número 52 la edad parece influir en el tiempo a invertir en la migración. Los más jóvenes de la muestra son los menos propensos a residir por dos años; esto puede deberse a que son ellos los que principalmente realizan una migración para realizar estudios de grado.

A medida que aumenta la edad de los colombianos encuestados, aumenta la consideración de realizar una migración de dos años. Entre los más jóvenes, el mediano plazo fue considerado con mayor frecuencia y a medida que aumenta la edad, se da una relación inversa en esta medida de tiempo para la migración. Es entre las personas de mayor edad en donde se da con mayor frecuencia, la idea de migrar de forma permanente, escalando hasta un 28%.

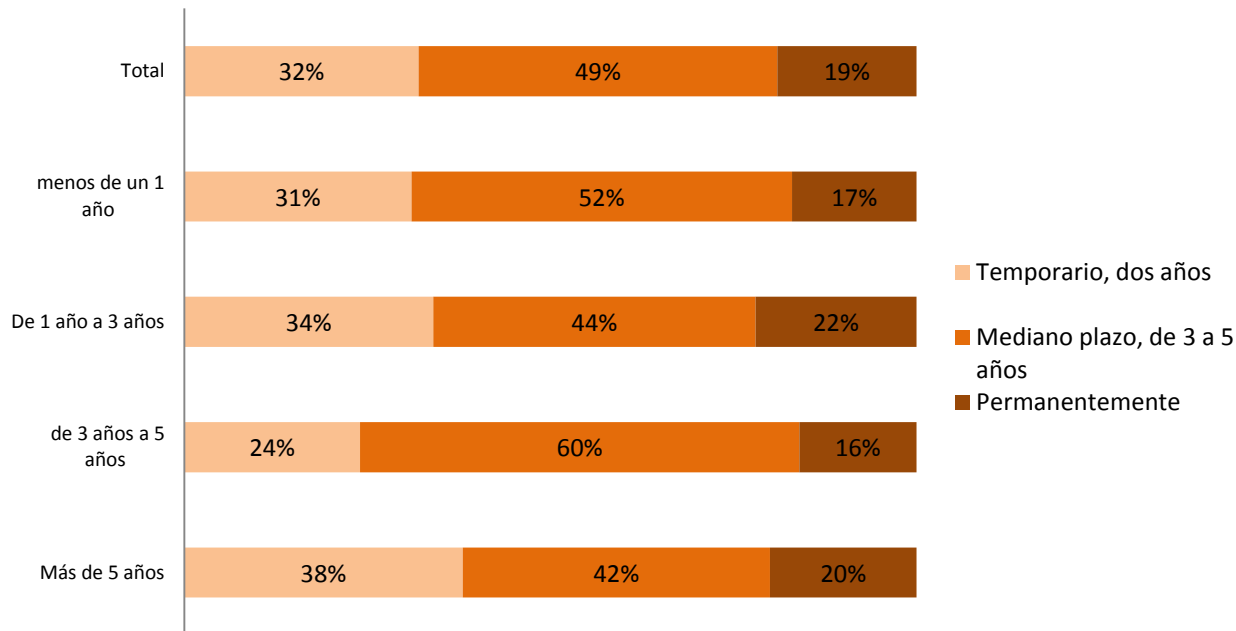


Figura número 53. Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir? Apertura de resultados por tiempo de residencia

En la figura número 53 se puede ver como se ha dado la realidad del tiempo invertido en la migración. Curiosamente son las personas que llevan más de 5 años las que indican, con mayor frecuencia, planear residir de forma temporal, es decir dos años. Poniendo de manifiesto, que si bien, migran principalmente para cursar estudios de grado, como se mostró en el apartado anterior, pueden darse condiciones durante la estadía que motivan a extender el proceso migratorio, como los sostiene la OIM (2016) en su documento sobre la migración colombiana a la Argentina: “Lo notorio es que una importante cantidad de encuestados sostiene que se quedaría en Argentina más que nada por las condiciones laborales” (p 84).

Las personas que llevan entre tres y cinco años actúan acorde a su planeación de tiempo a invertir en la migración. Los que llevan menos de un año y hasta tres, se

comportan de forma similar, excepto por aquellos con entre uno y tres años; quienes indican con mayor frecuencia querer residir de forma permanente en la Ciudad de Buenos Aires.

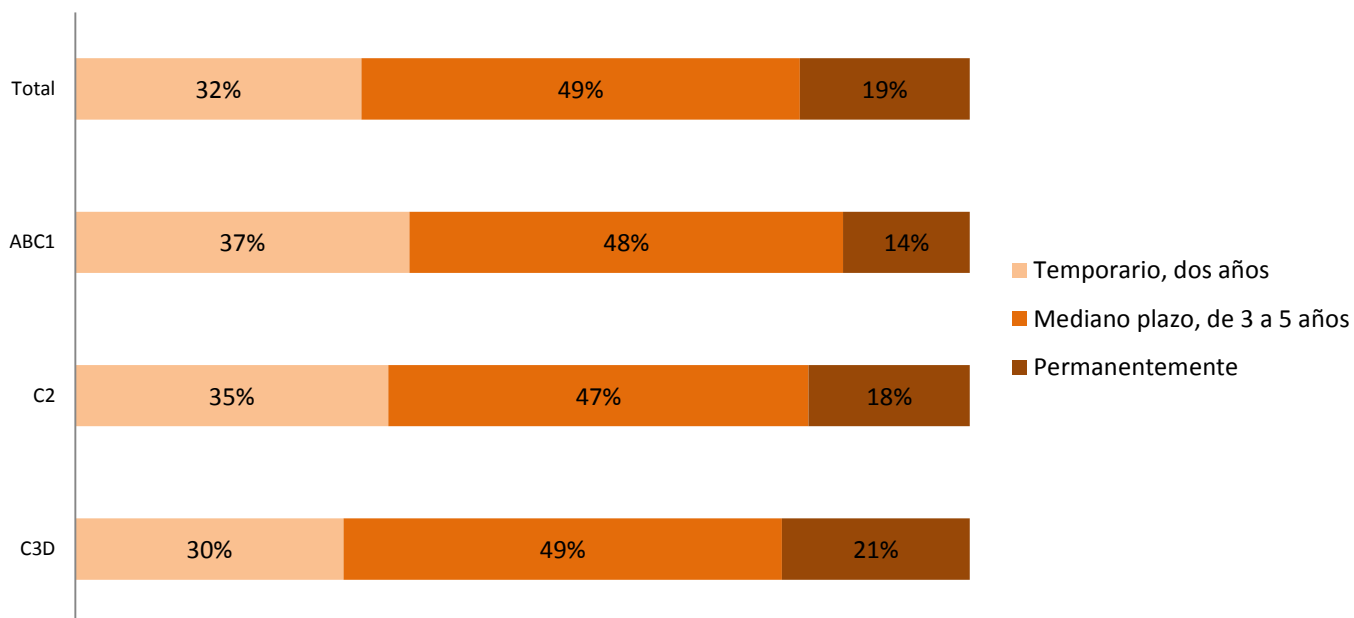


Figura número 54. Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir? Por total y NSE

La figura número 54 muestra cómo se da la planeación de tiempo por nivel socioeconómico de los colombianos residentes en Buenos Aires, que muestra distribuciones diferentes entorno al tiempo de la migración. Es destacable ver cómo entre mayor es el NSE de los participantes, mayor la tendencia a indicar que la estadía será temporaria.

En cambio, a medida que disminuye el NSE es más común ver cómo aumenta la cantidad de tiempo que se desea residir en la Ciudad de Buenos Aires, e incluso entre los

entrevistados del NSE más bajo es donde más se indica que va a realizar una migración permanente.

Para el cierre de este apartado, se pone en consideración hallazgos importantes. Es remarcable ver que la migración, en su mayoría se planea con un tiempo determinado, pero que al concretarse puede hacer que las personas cambien sus planes e inviertan más tiempo del esperado en el proceso migratorio. Las personas de mayor edad, las que llevan entre uno y tres años y los del NSE más bajo, son los que más planeaban establecerse de forma permanente en la Ciudad de Buenos Aires, antes de darse el proceso migratorio.

6.4 Índice de recomendación Neta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

6.4 Índice de recomendación Neta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Se realizó la pregunta acerca de la posibilidad de recomendar la Ciudad de Buenos Aires como un destino para migrar. La pregunta fue la siguiente: En una escala de 1 a 10 donde 1 es nada probable y 10 es totalmente probable ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? Esta pregunta era de respuesta única.

Con ella se realizó el análisis del Índice de Recomendación Neta o NPS por sus siglas en inglés (Net Promoter Score). Según Reicheld, citado por Mattox (2013):

“El NPS se basa en la perspectiva fundamental de que los clientes...se pueden dividir en tres categorías. Los promotores son leales entusiastas que siguen comprando a una empresa y exhortan a sus amigos a hacer lo mismo. Los pasivos son clientes satisfechos, pero poco entusiastas, que pueden ser fácilmente cortejados por la competencia y los detractores son clientes infelices atrapados en una mala relación” (p. 135).

Los promotores son las personas que dan las mayores calificaciones en su nivel de recomendación, es decir califican 9 o 10. Los pasivos son aquellas personas que indican puntuaciones de 7 u 8 en la posibilidad de recomendar, y los detractores son quienes califican entre 1 y 6 puntos su puntaje de recomendación. El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores al porcentaje de promotores $NPS = P - D$ (Ibid).

El cálculo del NPS de la Ciudad de Buenos Aires entre los ciudadanos colombianos sirve como un indicador de la lealtad hacia la Ciudad, además sirve para caracterizar a los colombianos entorno a la posibilidad atraer a otras personas hacia la Ciudad. Además de esto, es un indicador de fácil construcción, se hace con una única pregunta y de fácil entendimiento. Tener un NPS alto es clave para favorecer el

incremento de la migración colombiana porque (Reichheld, 2003)...“la lealtad del cliente promotor es claramente uno de los impulsores más importantes del crecimiento. Si bien no garantiza el crecimiento, en general, el crecimiento rentable no se puede lograr sin él...” (párr. 7).

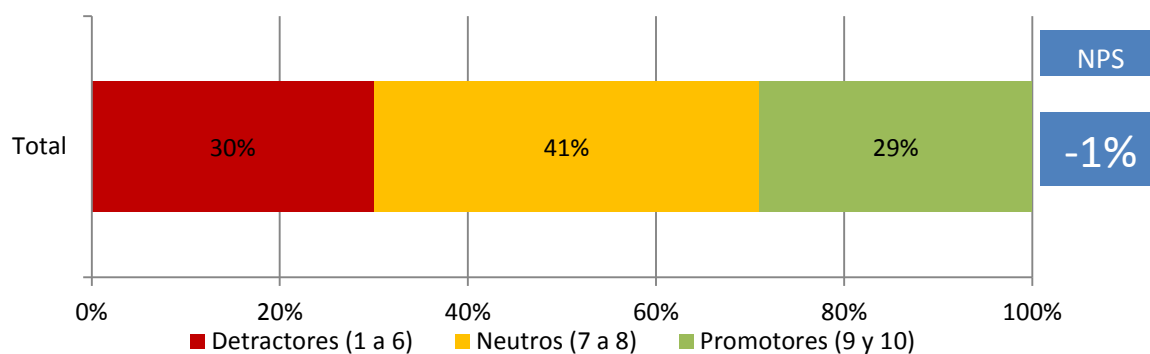


Figura número 55. Respuesta a la pregunta ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio?

A nivel total se puede observar en la figura número 55, como entre los ciudadanos colombianos la ciudad cuenta con una gran proporción se encuentran en una posición pasiva, seguida de detractores y finalmente una menor proporción de promotores. Esta distribución da como resultado que el NPS de la Ciudad de Buenos Aires entre los ciudadanos colombianos sea de -1%. Al ser un número negativo y basados en lo explicado anteriormente, este número muestra que existe una mayor proporción de personas dispuestas a desalentar a otros de migrar a la Ciudad, que personas dispuestas a motivar a otros a migrar.

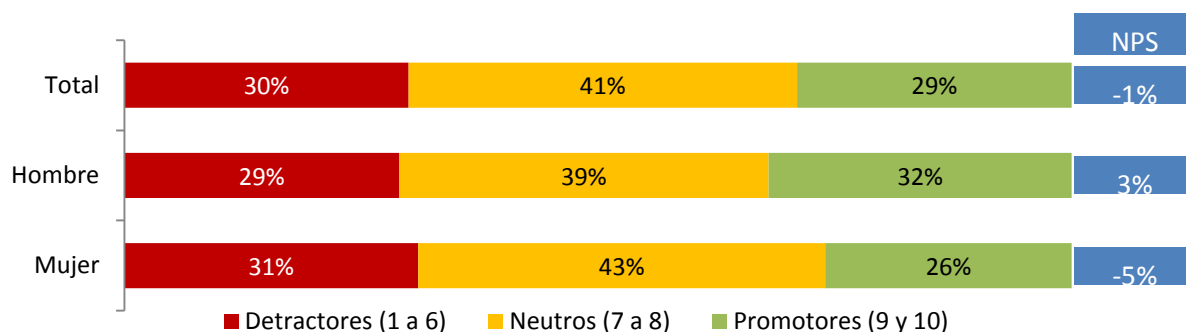


Figura número 56. Respuesta la pregunta ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? Apertura de resultados por la variable género.

Acorde a la figura número 56, la recomendación neta entre las mujeres (-5%) es mucho menor que entre los hombres (3%). Entre ellas, la proporción de pasivos es un poco más alta que el total. Entre los hombres se encuentra mayores niveles de promotores de la ciudad, con una menor proporción de detractores, lo que se traduce en mayores niveles de NPS.

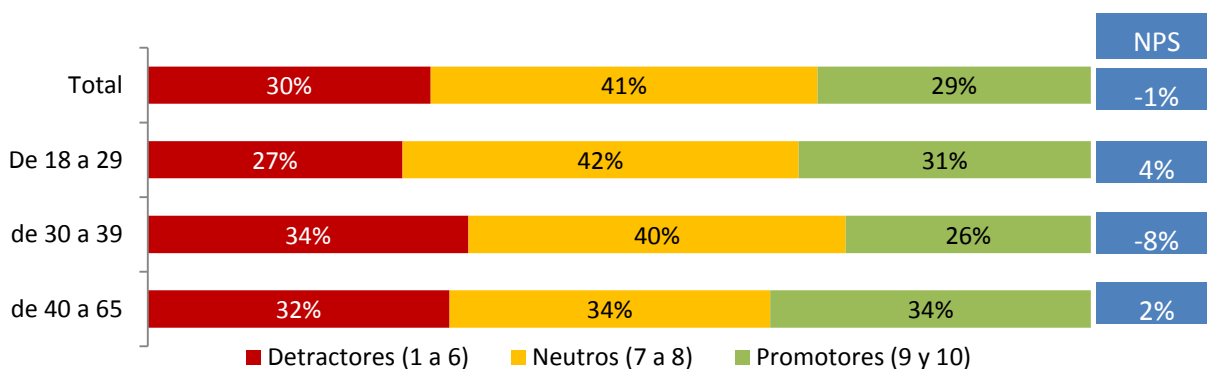


Figura número 57. Respuesta la pregunta ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? Apertura de resultados por la variable Edad

Como se puede observar en la figura número 57, en la apertura de resultados por edad se observan comportamientos dispares. Entre las personas de mayor edad la

cantidad de promotores es mayor, aunque iguala en la proporción de colombianos pasivos. Comparado frente al total se puede afirmar que los de mayor edad toman una posición más marcada para recomendar a la Ciudad.

Entre las personas de menor edad se obtiene el mejor NPS, 4 puntos porcentuales; aunque también es la franja etaria en donde se agrupan el mayor porcentaje de colombianos pasivos. Entre los de mediana edad, la proporción de detractores es mayor, dando como resultados niveles de recomendación menos probables, -8 puntos.

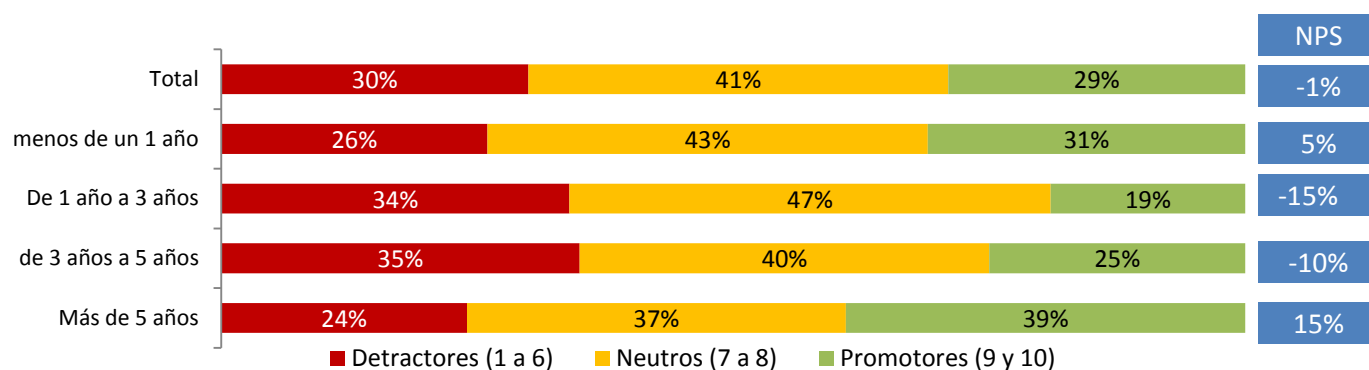


Figura número 58. Respuesta la pregunta ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? Apertura de resultados por tiempo de migración

La figura número 58 muestra como en los extremos del tiempo de la migración se da una menor proporción de inmigrantes colombianos detractores de la ciudad. Llama la atención la forma en que entre las personas con más de un año y menos de cinco, los porcentajes de colombianos detractores son mayores. E incluso parece darse un fenómeno entre el año y los tres años de residencia que hace que el número de promotores sea el más bajo y los pasivos lleguen al 47%.

Con el aumento del tiempo de residencia mejora la posibilidad de recomendar la ciudad entre los ciudadanos colombianos. Puede verse en la figura número 58, como se pasa de un 19% entre los que llevan un año hasta un 39% entre los que llevan 5 o más; logrando el mejor NPS de la ciudad, con 15 puntos porcentuales.

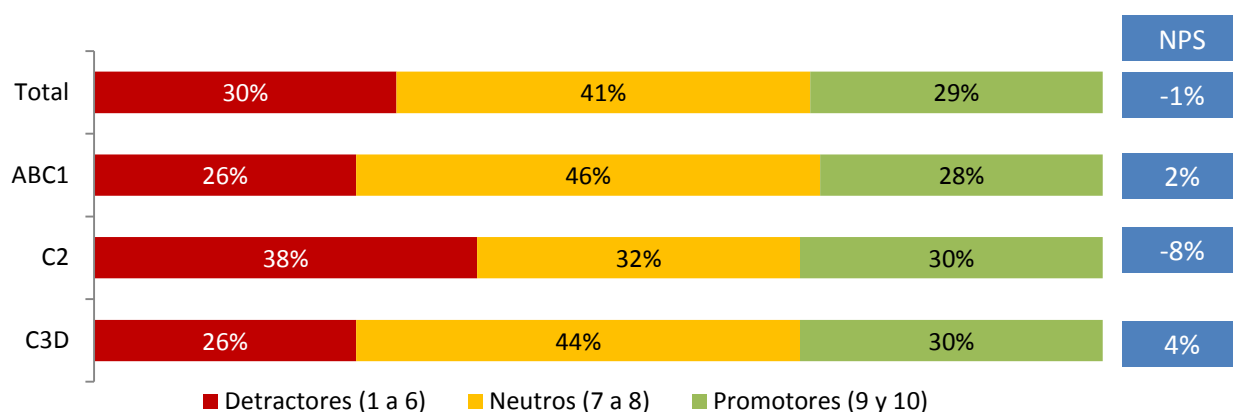


Figura número 59. Respuesta la pregunta ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? Apertura de resultados por NSE

En la figura número 59 se observan movimientos destacados por NSE. No se dan entre los promotores, donde los movimientos son muy cercanos al promedio. Los movimientos más importantes se dan entre los detractores de la Ciudad; el NSE más alto y más bajo concuerdan en la cantidad de personas que no recomendarían la Ciudad como un destino para migrar, pero las personas del NSE medio tienen la más alta proporción de detractores, llegando a ser incluso de casi 4 de cada 10 ciudadanos colombianos residentes en Buenos Aires.

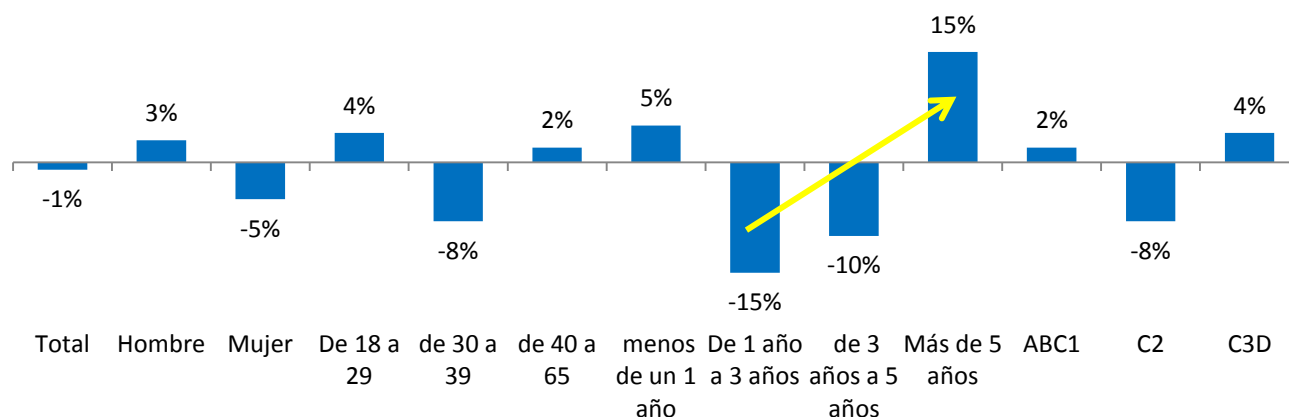


Figura número 60. Resumen del NPS de la Ciudad de Buenos Aires entre los ciudadanos colombianos

Para concluir esta sección se expone la figura número 60. En ella se ve el desempeño del NPS por las distintas aperturas de la investigación. Entre lo más destacable está el hecho de ver cómo, más allá de repuntar entre los que llevan más tiempo viviendo en la Ciudad, no se dan grandes puntajes de NPS positivo. Lo contrario ocurre con el NPS negativo.

El mayor aprendizaje que deja este indicador es el hecho de ver el impacto del tiempo de residencia en la posibilidad de recomendar la ciudad como destino migratorio. Este pasa de -15% entre el primer año a 15% entre los que llevan más de 5 años, dando una mejora de 30% y proponiendo una posible línea de investigación a futuro.

6.4.1 Motivos de la recomendación

Para complementar el análisis de la recomendación, se preguntó: ¿por qué calificaste con este valor tu nivel de recomendación? La pregunta era de tipo abierta y espontánea, además las personas podían consignar todo lo que desearan. Se hizo esta

pregunta para tratar de entender qué veían los ciudadanos colombianos en la Ciudad de Buenos Aires para recomendarla.

Con la finalidad de hacer más nutrido el análisis, los motivos de la recomendación serán analizados por los perfiles definidos anteriormente con la pregunta de nivel de recomendación. Es decir; se verán, por un lado, los motivos por los cuales recomiendan los detractores, y, por otro lado, los motivos por los que recomiendan los promotores. Se omiten los motivos de los pasivos puesto que ellos, no tienen el mismo peso al momento de definir el NPS de la ciudad.

6.4.1.1 Motivos de la recomendación entre los colombianos detractores de la ciudad



Figura número 61. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Valores correspondientes a colombianos detractores

Acorde a la figura número 61, la razón principal por la cual los ciudadanos colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires califican con 6 o menos la probabilidad de recomendar la ciudad como destino migratorio es la inestabilidad económica, con un 40%.

Es seguida por los altos costos de la canasta básica, 21% y porque afirman que la ciudad no es un lugar para establecerse con un 15%. Luego del tema de los costos, la dificultad para alquilar, la dificultad para conseguir trabajo y los sueldos, completan los principales 6 motivos que llevan a dar una recomendación de 6 o menor.

En la figura número 62 se puede ver cómo el género influye en los motivos para calificar con 6 o menos a los niveles de recomendación. Se observa que, en la inestabilidad económica, el principal motivo de recomendación de los detractores existe consenso entre hombres y mujeres, así como leves diferencias en lo que respecta a los costos de la canasta básica.

Entre los hombres es un poco más alto el porcentaje que indica a la ciudad de Buenos Aires como un lugar para no establecerse. Mientras que para las mujeres destaca fuertemente la dificultad para alquilar. El tema del trabajo mal remunerado es mucho más mencionado por los hombres.

Asimismo, las mujeres parecen ver con ojos más negativos las actuales políticas del Estado. La inseguridad entre las mujeres es mencionada de forma más marcada, mientras que para los hombres es un motivo poco mencionado para dar una nota de calificación de 6 o menos.

En la figura número 63 se puede ver los motivos de recomendación de los detractores con apertura de resultados por edad. Los ciudadanos colombianos de mediana edad son los que destacan por amplio margen la inestabilidad económica como motivo de su calificación. Los más jóvenes y los de mayor edad destacan los costos de la canasta básica.

El mencionar a la Ciudad como “no es un lugar para establecerse” es realizado con mayor frecuencia por las personas más jóvenes; este motivo es menos mencionado a medida que aumenta la edad. Los de mediana edad destacan con fuerza la dificultad para alquilar, el trabajo mal remunerado y las actuales políticas de Estado. Las personas de mayor edad son las que más mencionan la falta de cordialidad como motivo para dar una recomendación de 6 o menos.

La figura número 64 muestra la forma en la que influye el tiempo de residencia para los colombianos detractores de la Ciudad. Parece ser que la inestabilidad económica no es percibida de la misma forma. Los que llevan menos de un año, apenas mencionan este motivo al compararlo con las respuestas de los ciudadanos con tiempos de residencia más prolongados.

Sin embargo, los colombianos con menos de un año de residencia destacan en los motivos que siguen a la inestabilidad económica. Mencionan con mayor frecuencia los costos altos de la canasta familiar, la dificultad para alquilar, la poca cordialidad de las personas, la dificultad para encontrar trabajo y la mala remuneración.

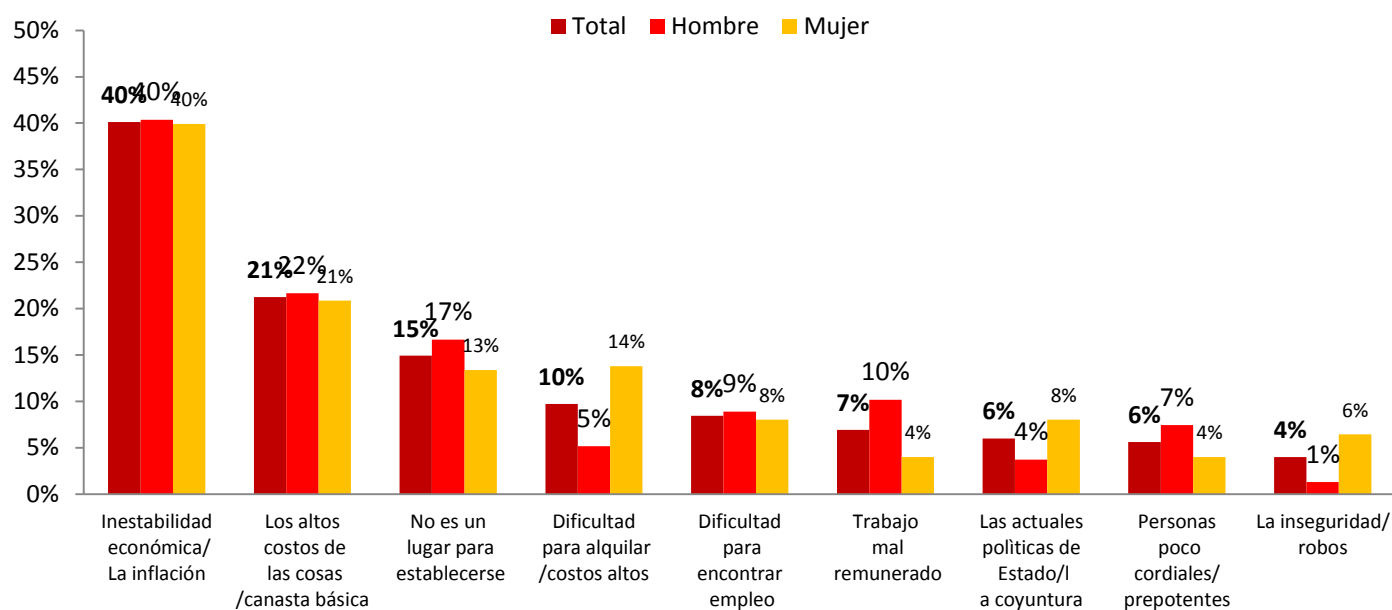


Figura número 62. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos detractores. Apertura de resultados por la variable género

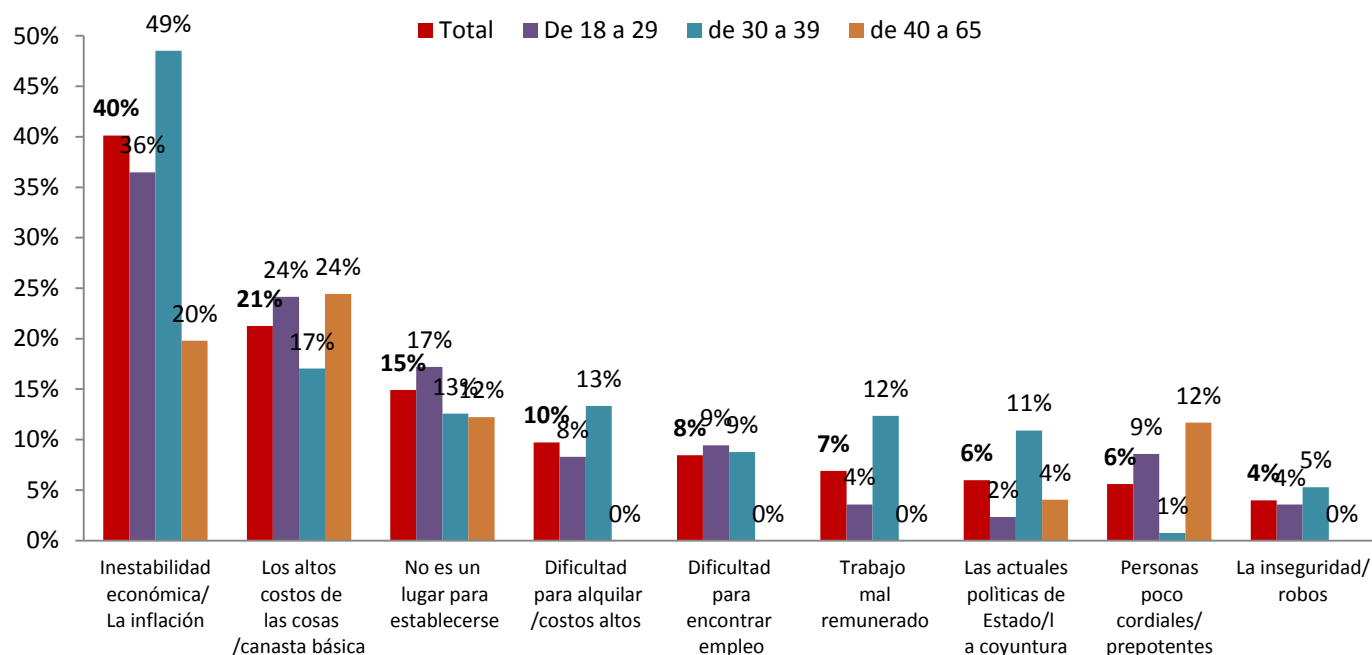


Figura número 63. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos detractores. Apertura de resultados por la variable edad

Para los detractores el motivo de “no es un lugar para para establecerse” muestra una tendencia a incrementarse conforme aumenta el tiempo de residencia. También llama la atención que las menciones a los costos de la canasta básica bajan conforme aumenta el tiempo de residencia.

La figura número 65 muestra los motivos de recomendación de los detractores, con resultados abiertos por NSE. La inestabilidad económica, principal motivo para no recomendar la Ciudad de Buenos Aires entre los detractores, muestra un pico entre las personas de mayor NSE. A medida que baja el NSE, disminuye la mención de este motivo.

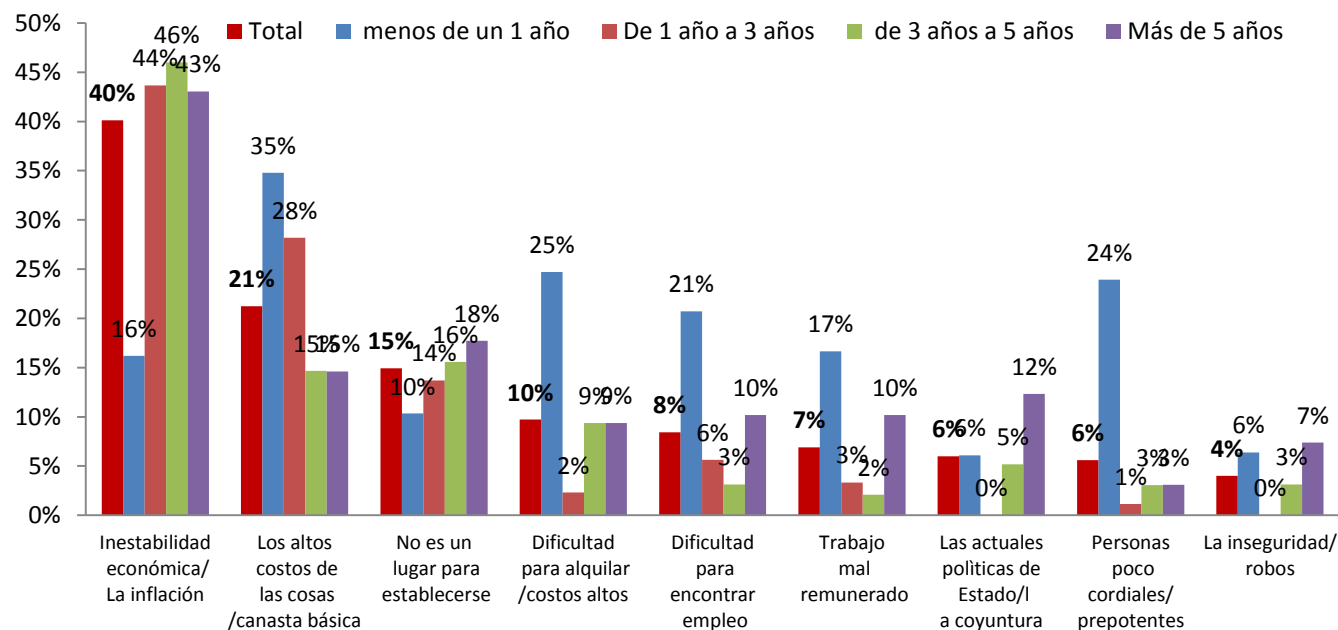


Figura número 64. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos detractores. Apertura de resultados por la variable tiempo de residencia

En contraposición, para las personas del NSE más bajo, los altos costos de las cosas/la canasta familiar, es por lejos el principal motivo para no recomendar la ciudad.

El motivo “no es un lugar para establecerse” muestra un movimiento ascendente a medida que baja el NSE.

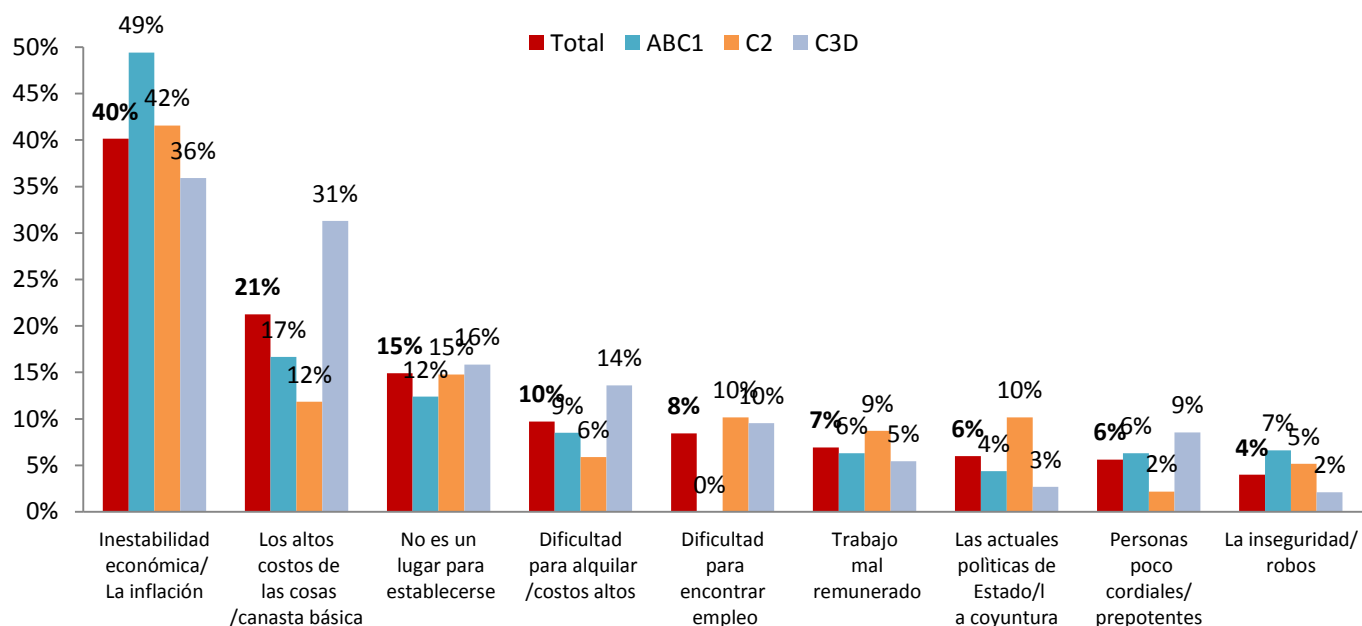


Figura número 65. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos detractores. Apertura de resultados por NSE

Para resumir, se destaca entonces que el principal motivo para recomendar la Ciudad de Buenos Aires, asignando una nota de 6 o menos, corresponde a la inestabilidad económica; este motivo es mencionado en paridad tanto por hombres como por mujeres. Destaca fuertemente entre quienes tienen 30 a 39 años y los que llevan de 3 a 5 años residiendo en la ciudad, al igual que entre aquellos integrantes del NSE alto.

El segundo motivo por el cual los colombianos recomiendan a la Ciudad con una de 6 o menos es: por los altos costos de la canasta básica familiar. Es mencionado en igual medida por hombres y mujeres en los extremos de las franjas etarias; los más

jóvenes y los de mayor edad. Por los que llevan menos de un año residiendo en la Ciudad y por las personas del NSE bajo.

El tercer motivo de recomendación entre los detractores, “no es un lugar para establecerse”, es mencionado levemente más por los hombres, por las personas más jóvenes por los que llevan más de 5 años residiendo en la Ciudad y por las personas agrupadas en NSE C3.

6.4.1.2 Motivos de la recomendación entre los colombianos promotores de la ciudad



Figura número 66. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos Promotores. Totales

Los colombianos Promotores de la ciudad, aquellas personas que muy probablemente la recomendarían y asignan a su respuesta un puntaje de 9 o 10 sustentan su recomendación, acorde a la figura número 66, en ver a la Ciudad como un lugar con

muchas oportunidades y que permite establecerse de forma indefinida. Este motivo es mencionado por el 51% de los colombianos promotores.

Después de un amplio margen se ubica el acceso a la educación superior de calidad con un 13%, la variedad de ofertas laborales con 10%, y en un cuarto puesto compartido, la variedad de ofertas culturales y artísticas, la calidad de vida y las facilidades migratorias.

La figura número 67 permite ver cómo los hombres recomiendan con más fuerza la Ciudad porque es un destino para quedarse/hay muchas oportunidades y también destacan la calidad de vida. Esto pone en evidencia que para los hombres prima lo relacionado con estándares de vida.

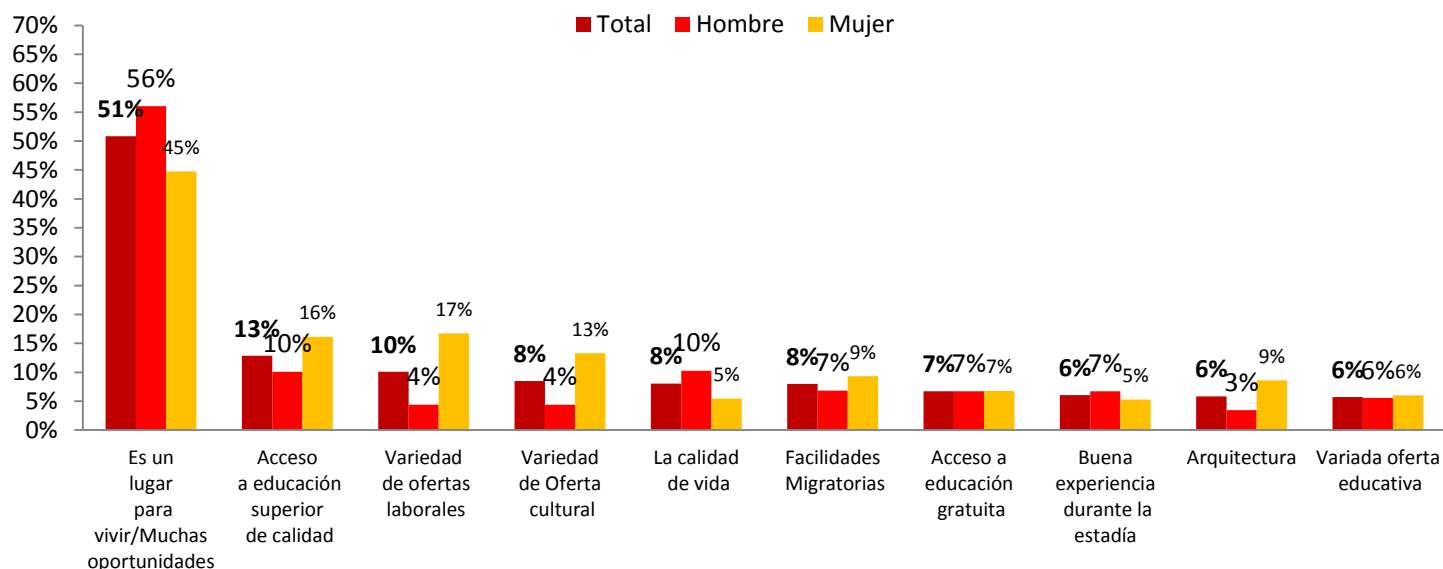


Figura número 67. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos Promotores. Apertura de resultados por género

Por su parte, las mujeres promotoras dan su calificación movidas por el acceso a educación de calidad, la variedad de ofertas laborales, que es marginal en los Hombres; la variedad de oferta cultural y la arquitectura. Esto resumido puede verse, como aspectos formativos y laborales.

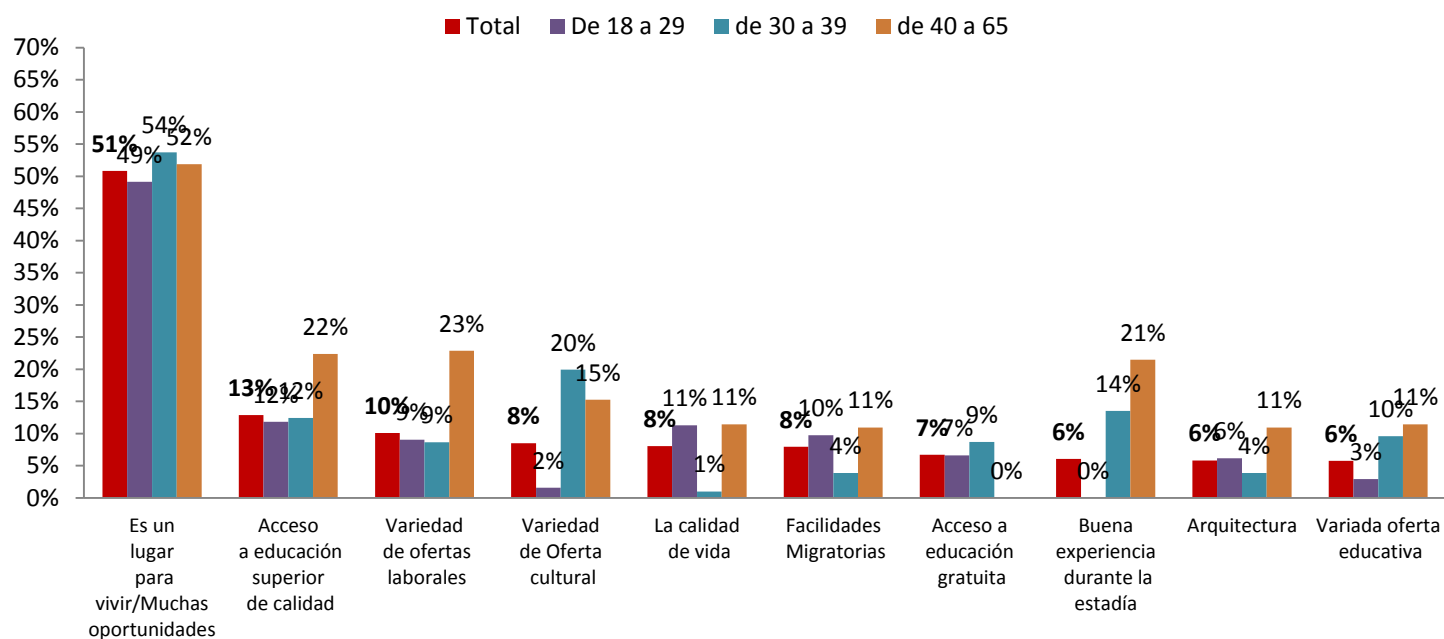


Figura número 68. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos Promotores. Apertura de resultados por edad

Entre los promotores, abriendo los resultados por edad como se muestra en la figura número 68, hay comportamientos altamente dispares. Dejando a un lado el motivo principal de recomendación, es un lugar para vivir/hay muchas oportunidades; el acceso a educación superior de calidad, la variedad de ofertas laborales, la buena experiencia durante la estadía y la variedad de oferta educativa, son los motivos que muestran una tendencia a ser más mencionado conforme aumenta la edad de los colombianos

Para los colombianos residentes promotores de mediana edad la variedad de ofertas culturales es algo por lo que destacan para recomendar la ciudad. El acceso a la educación gratuita no es mencionado por ninguna de las personas de mayor edad y los más jóvenes apenas mencionan la oferta laboral y la variedad de oferta educativa.

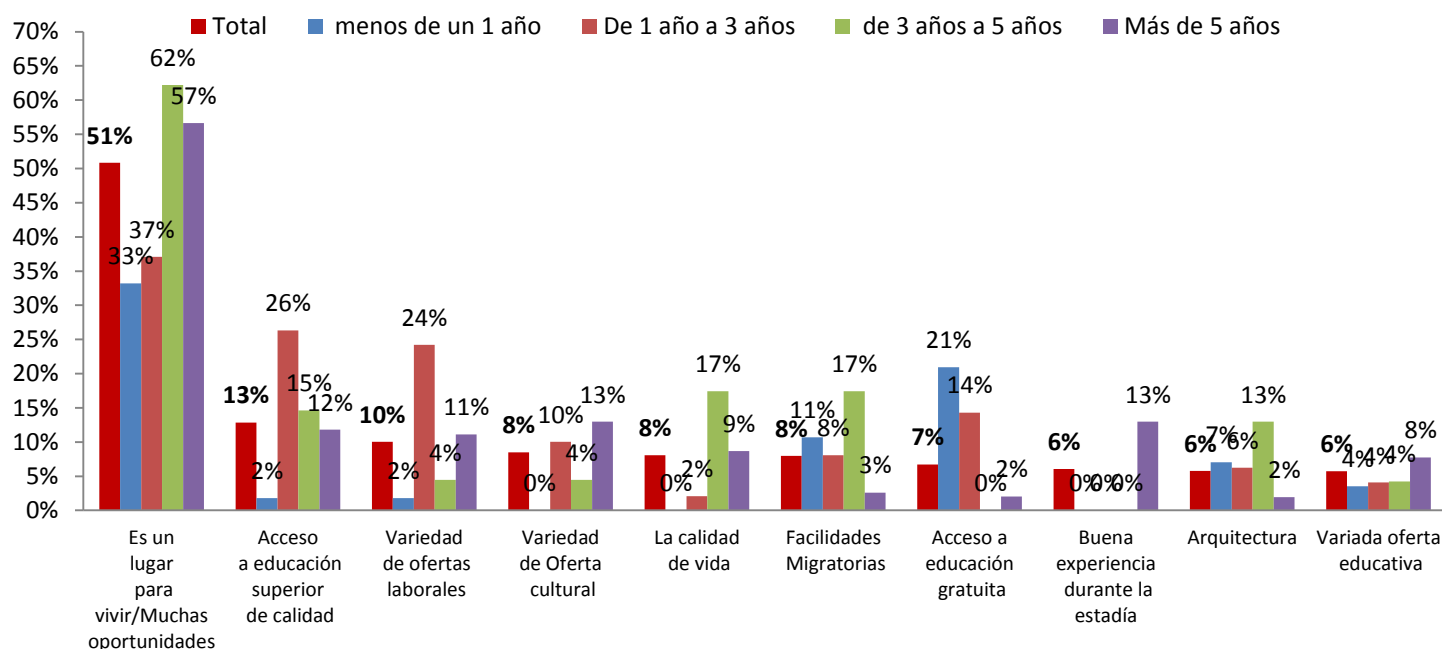


Figura número 69. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos Promotores. Apertura de resultados por tiempo de residencia.

Como se aprecia en la figura número 69, conforme aumenta el tiempo de residencia se va incrementando la cantidad de promotores que indican que Buenos Aires es un lugar para vivir. La respuesta “Muchas oportunidades” tiene un pico entre los que llevan viviendo más de tres años y luego baja levemente entre los que llevan 5 o más años.

Para los que llevan más de un año y menos de tres, el acceso a la educación superior de calidad es algo que destacan para recomendar. Conforme aumenta el tiempo

de residencia va disminuyendo la mención de este motivo. La variedad de ofertas laborales es otro motivo en el que destacan los que llevan más de un año y menos de tres, llega al 24% de ellos.

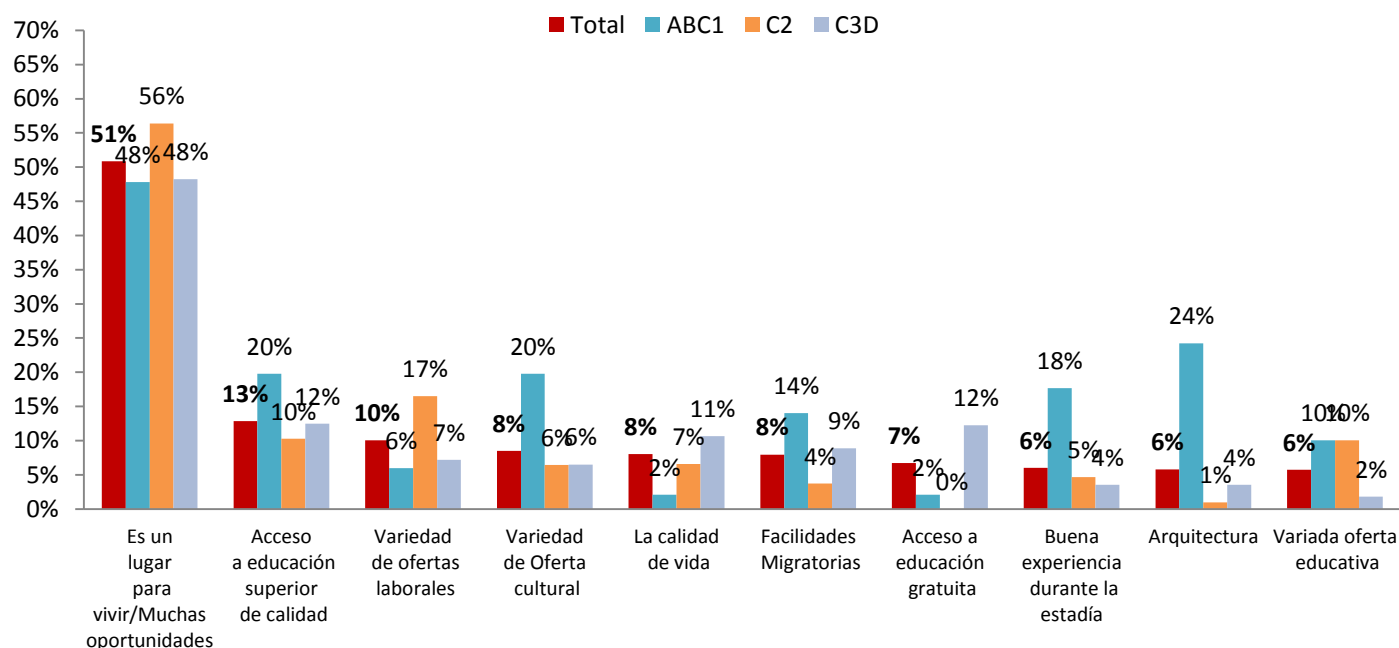


Figura número 70. Respuesta a la pregunta ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? Entre colombianos Promotores. Apertura de resultados por NSE

Para aquellas personas con más de tres años y menos de 5, la calidad de vida y las facilidades migratorias son de destacar en la ciudad como motivo por el cual recomiendan, luego resaltan en la arquitectura. Para quienes llevan menos de un año que son promotores de la ciudad, la educación gratuita es, por amplio margen, el motivo por el que recomiendan; a medida que pasa el tiempo de residencia este motivo cae.

Para las personas del NSE medio, acorde a la figura número 70, ver a la ciudad como un lugar para vivir/Muchas oportunidades, es mucho más fuerte; al igual que

recomendar por la variedad de ofertas laborales. Son estos dos los únicos motivos que se destacan. Los promotores del NSE bajo destacan el acceso a educación gratuita y la calidad de vida.

Las personas del NSE alto que recomiendan la Ciudad lo hacen con más fuerza por la arquitectura, el acceso a educación superior de calidad y la variedad de la oferta cultural, y por la buena experiencia durante la estadía. Mientras la calidad de vida muestra una tendencia a crecer en la medida en que el NSE decrece.

Entonces se observa que el principal motivo para recomendar a la Ciudad de Buenos Aires entre los colombianos promotores es ver la ciudad como un lugar para vivir/muchas oportunidades. Este motivo es más mencionado por los hombres, quienes tienen de 30 a 39, sube con fuerza conforme aumenta el tiempo de residencia y hace pico entre los que llevan residiendo de 3 a 5 años y los del NSE medio.

El acceso a educación superior de calidad es más mencionado por las mujeres, los de mayor edad en la muestra, los que lleva de 1 a 3 años residiendo en la Ciudad y los del NSE alto. La variedad de ofertas laborales, el tercer motivo de recomendación entre promotores es más mencionado por las mujeres, los de mayor edad en la muestra, los que llevan de 1 a 3 años residiendo en la Ciudad y los del NSE medio.

Vale la pena remarcar que, si bien la educación no es el principal motivo para recomendar la Ciudad de Buenos Aires, distintos elementos relacionados son mencionados: 13% de los promotores recomiendan por el acceso a educación superior, 7% por el acceso a educación gratuita y un 6% en variedad de la oferta académica,

poniendo de manifiesto lo vigente que resulta este atributo para los colombianos residentes en la Ciudad de Buenos Aires.

6.4.1.3 Comparación entre los Motivos de recomendación de los detractores y promotores de la Ciudad.

El realizar las agrupaciones mediante el NPS permitió diferenciar los motivos de recomendación de los colombianos a partir de la nota con la que recomendarían a la Ciudad. Ahora, se procede a comparar los motivos dados por los detractores y los promotores, con la finalidad de dar una visión global.

Tabla número 5. Comparación de los motivos de recomendación entre los promotores y detractores de la Ciudad.

Motivos	Promotores	Motivos	Detractores
Es un lugar para vivir/muchas oportunidades	51%	Inestabilidad económica/La inflación	40%
Acceso a educación superior de calidad	13%	Los altos costos de las cosas/canasta básica	21%
Variedad de ofertas laborales	10%	No es un lugar para establecerse	15%
Variedad de Oferta cultural/Artística	8%	Dificultad para alquilar/costos altos	10%
La calidad de vida	8%	Dificultad para encontrar empleo	8%
Facilidades Migratorias/para extranjeros	8%	Trabajo mal remunerado	7%
Acceso a educación gratuita	7%	Las actuales políticas de Estado/la coyuntura	6%
Buena experiencia durante la estadía	6%	Personas poco cordiales/prepotentes	6%
Arquitectura	6%	La inseguridad/robos	4%
Variada oferta educativa	6%	Dificultad para encontrar empleo acorde al perfil profesional	3%
		Burocracia /corrupción	3%

Basado en la tabla número 5, se ve como para los promotores de la Ciudad, argumentar que es un lugar para vivir/con muchas oportunidades es lo principal con un

51%, en tanto que los detractores mencionan a la inestabilidad económica como motivo de su recomendación, con un 40%.

Es llamativa la brecha de los porcentajes entre los motivos que son más mencionados por promotores y detractores, al compararlo con el segundo puesto de cada grupo. Mostrando así una concentración en los aspectos por los cuales se recomendaría a la Ciudad. También es notorio como, entre los detractores lo económico prima como motivo de recomendación, en tanto, para los promotores prima la calidad de vida y lo relacionado con aspectos formativos.

7. Conclusiones y Recomendaciones

7. Conclusiones y Recomendaciones.

Como se expuso desde el comienzo de la investigación y acorde con lo analizado y estudiado; se puede afirmar que la migración internacional de colombianos es un fenómeno de larga data y que cobija múltiples destinos. Es Altamente influenciado por la búsqueda de mejorar el capital humano de las personas que se movilizan.

La búsqueda de acceder a educación de forma sencilla y en todos los niveles es la principal necesidad que buscan satisfacer los ciudadanos colombianos que dejan sus lugares de residencia y migran a la Ciudad de Buenos Aires, encuadrando así la migración del grupo estudiado en la teoría económica de la migración. La Ciudad de Buenos Aires se posiciona en la mente de los colombianos como un destino migratorio atractivo para estudiar, haciendo que la impresión en el conjunto de colombianos residentes tenga su principal anclaje en lo académico.

En la conciencia colectiva de los colombianos migrantes, la Ciudad es el principal destino para estudiar de aquellos, como se expuso a lo largo de la investigación, no tienen la posibilidad de acceso en Colombia, ya sea por carestías económicas, de formación académica o por programas académicos poco variados, de grado y posgrado.

La idea de la Ciudad como destino educativo, se hace presente de forma recurrente tanto de forma espontánea, al compararla con otras ciudades, como de forma guiada. Cabe aclarar que, si bien la educación es el principal atributo de la imagen de la Ciudad en la mente de colombianos, se puede ver como también emergen otros atributos

de la imagen de la Ciudad, complementados por las experiencias de cada uno de los migrantes, sus puntos de vista y el tiempo que llevan viviendo en la Ciudad.

Entre los otros atributos se encuentran la oferta cultural, la fiesta (vida nocturna), el sistema de salud pública y el ser un lugar para vacacionar. Ampliando y complementando lo que es la Ciudad para los colombianos. Un lugar para educarse, para formarse, instruirse; además, de ser un lugar donde otra parte de sus necesidades puede ser satisfechas.

Lo anterior se reafirma en los atributos con los cuales definen mejor los ciudadanos colombianos residentes a la Ciudad. De forma reiterada indicaron a la educación como el atributo más representativo de la ciudad, seguido por los atributos culturales: teatros, plazas, cultura futbolística y atributos de esparcimiento como los asados, las actividades al aire libre y el tango.

La experiencia es otro de los elementos de la Ciudad que hace cambiar la imagen y provee puntos de vista, a favor o en contra, que pueden mejorar o empeorar su imagen en la mente de los colombianos. Es llamativo ver como los colombianos destacan como algo positivo, los atributos propios de la Ciudad (la oferta cultural, la educación superior, el transporte, la cultura porteña, la diversidad cultural, la arquitectura, la gastronomía y los espacios públicos).

Mientras que lo identificado como menos gustado, es decir, lo que afecta la imagen de la Ciudad; apunta a comportamientos y actitudes de las personas (poca

cordialidad, actitudes xenófobas) y a temas públicos de tipo macro y microeconómicos de índole nacional (inflación, costos de los alquileres y la canasta básica).

Además, esa misma experiencia genera una posibilidad de recomendación para la Ciudad como destino donde se puede aumentar o mejorar el capital humano. Se puede ver que aquellas personas promotoras de la Ciudad recomiendan por atributos intangibles pero reales en la mente de los colombianos migrantes. Ser un lugar para vivir/muchas oportunidades, la ya mencionada cultura; la educación, complementada a la variedad de cursos y la gratuidad; incluyen atributos de índole laboral, dejando ver a la capacidad de auto sostenimiento como algo presente. Junto con aspectos burocráticos, como lo es la facilidad para migrar de forma legal, agilizado por el programa Patria Grande.

Por su parte los detractores de la Ciudad mencionan aspectos en su mayoría de índole económica y de costos, es sugerente ver que lo laboral también tiene una alta relevancia al momento de la recomendación y una alta importancia en la imagen de la ciudad, en tanto destacan la dificultad para encontrar trabajo y la ausencia de una remuneración adecuada.

Se puede afirmar entonces que la Ciudad de Buenos Aires en la mente de los colombianos tiene su ancla y principal atractor en lo relacionado a la posibilidad de formación académica, que en un largo plazo se convierten en los medios por los cuales una persona puede satisfacer sus necesidades y subsanar sus carestías de vida. Esta imagen es condensada en el imaginario: Buenos Aires es educación. Una vez que los colombianos migran, emergen otros atributos que complementan la imagen de la Ciudad

y se nutren en el día a día, desde la experiencia, la convivencia y la realidad pública de la migración.

La recomendación para continuar con una imagen vinculada a lo educativo entre el colectivo colombiano, mejorar los niveles de NPS y atacar los atributos negativos de la imagen de Buenos Aires, sería principalmente visibilizar en este grupo migratorio los atributos positivos intangibles mencionados, la cultural, el entretenimiento, los lugares turísticos y las oportunidades ofrecidas por la Ciudad. Así mismo, continuar investigando el fenómeno de los colombianos en Buenos Aires.

El ser vista como un destino académico es algo sumamente valioso para la Ciudad de Buenos Aires, porque se enmarca en el verdadero valor de igualdad social que la educación significa para el mundo. Bien lo dijo Claudio Rama (2006) “la educación era, es, y será aún más, el eje de la construcción de igualdad de oportunidades” (Rama, C, 2006. p.23).

8. Bibliografía y fuentes consultadas

8 Bibliografía y fuentes consultadas

- Abreu S, I. (2001). El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito? Notas sobre la evolución de la investigación de campo. *Revista Latina de Comunicación Social* [en línea] 2001,4 (marzo). Recuperado el 01 de septiembre de 2015 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina39mar/111iabreu.htm>
- Actis, W. De Prada, M y Pereda, C. (1996) ¿cómo estudiar las migraciones internacionales? *Migraciones revistas del Instituto Universitario de Estudios Migratorio sobre migraciones*. pp.7-pp.23.
- Amossy R y Herschberg, P. A (2001) *Estereotipos y Cliché*, Eudeba, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Ámbito Financiero (2017) *La Argentina es el país con más inmigrantes de Sudamérica*, Buenos Aires, recuperado el 21 de junio de 2018 de: <http://www.ambito.com/886638-la-argentina-es-el-pais-con-mas-inmigrantes-de-sudamerica>
- Biao, Xiang. (2004). *Relaciones internacionales y migraciones transnacionales: el caso de China* [Documento PDF]. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. *Migraciones y relaciones internacionales entre España y Asia*, 68, 133-149. Barcelona. Recuperado el 4 de septiembre de 2015.de <http://www.cidob.org/content/download/58342/1514943/version/1/file/68xiang.pdf>

Cárdenas, M. y Mejía, C. (agosto, 2006) Migraciones internacionales en Colombia ¿qué sabemos? Material de trabajo elaborado en el marco del taller Migración Internacional y Desarrollo: el caso de América Latina, Santiago de Chile. Recuperado del 20 de diciembre de 2018 de

<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/810>

Castells, M. (2009) Comunicación y poder. Alianza editorial. Torrejón de Ardoz , Madrid. España.

Cerrutti, M. (2009) Diagnóstico De las poblaciones De inmigrantes en la argentina. Dirección Nacional de Población [Documento PDF]. Dirección Nacional de Población, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 25 de Julio de 2016 de http://www.mininterior.gov.ar/poblacion/pdf/Diagnostico_de_las_poblaciones_de_inmigrantes_en_Argentina.pdf

Cruz, P. (2008). La diáspora colombiana: derechos humanos y migración forzada: Colombia-España, 1995-2005. Arcibel Editores SL, Sevilla.

Díaz, G. (2007). Aproximaciones metodológicas al estudio de las migraciones internacionales. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 19 de agosto de 2015 de <http://revistas.ucm.es/index.php/UNIS/article/view/UNIS0707330157A/27883>

Diccionario de la lengua española (RAE) (2017) definición de imagen, edición del tricentenario. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <http://dle.rae.es/?id=KzwDY4y>

- Dirección Nacional de Migraciones (2014) Comunicar la inmigración, evitar la desinformación, Buenos Aires. Recuperado el 25 de agosto de 2015 de:
http://www.migraciones.gov.ar/accesibilidad/indexN.php?mostrar_novedad=2553
- Domenech, E. (2007). La agenda política sobre migraciones en América del sur: el caso de la Argentina, *Revue européenne des migrations internationales*, Université de Poitiers, Francia, recuperado el 19 de agosto de 2015 de
<https://remi.revues.org/3611>
- Enciclopedia Británica (2017) Colombia Climate, recuperado el 12 de junio de 2018 de
<https://www.britannica.com/place/Colombia/Climate> traducción propia
- Enciclopedia Británica (2018) Public opinion, recuperado el 30 de noviembre de 2018 de
<https://www.britannica.com/topic/public-opinion> traducción propia
- García, J., Granados, A., Capellán, L. (2003). Presencia e Imagen De La Inmigración Extranjera En Andalucía [Documento PDF]. Laboratorio de Estudios Interculturales Universidad de Granada, Granada. Recuperado el 04 de septiembre de 2015 de
http://www.uhu.es/e6/descargas/ForinterPrensaSevilla/a_granados2.pdf
- González, O, C (2005) Apuntes acerca de la representación, Instituto de Investigaciones Filológicas. Universidad Nacional autónoma de México. México
- Gubern, R. (3 de septiembre de 2013) La imagen como sistema simbólico [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=-JJ71AMA9HY#t=36.189762>

- Guzmán, E (2005). Logros y retos del Frente Indígena Oaxaqueño Binacional: una organización para el futuro de los migrantes indígenas (Tesis de Licenciatura). Universidad de las Américas de Puebla. México. Recuperado el 22 de octubre de 2016 de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/guzman_c_e/
- Hernández, C (2010). Migración Colombiana en Argentina [Documento PDF]. Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti, Buenos Aires.
- Hom, W (2000) An Overview of Customer Satisfaction Models [Documento PDF]. Material de la clase de marketing mix de la Universidad de Ciencias Empresariales y sociales. Traducción propia.
- Institute for Economics & Peace IEP (2017) Global Peace Index 2017, [Documento PDF]. Recuperado el 13 de junio de 2018 de <http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/06/GPI17-Report.pdf>
- Malaver, C (2016). De cada 100 graduados, solo 48 ingresaron a la educación superior, periódico El Tiempo, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16656094> el 2 de Junio de 2018.
- Mattox, J (2013). Why L&D Needs Net Promoter Score, [Documento PDF]. Inside the learnig Technologies & Skills (P 135-140). Recuperado el 10 de Julio de 2018 de: [http://www.cedma-europe.org/newsletter%20articles/Inside%20Learning%20Technologies%20and%](http://www.cedma-europe.org/newsletter%20articles/Inside%20Learning%20Technologies%20and%20)

20Skills/Why%20L&D%20Needs%20Net%20Promoter%20Score%20(Oct%2013).pdf traducción propia.

Martínez, J. (2006). Conferencia pronunciada en el seno del V Curso de formación del Aula de Solidaridad, Supervivencia y Cooperación: perspectivas actuales de la inmigración en España. Universidad Pontificia Comillas, España.

Monzón, C. (2001). Opinión E Imagen Pública, Una Sociedad "Bajo Control". Revista Palabra Clave. 4, 9-25. Universidad de La Sabana, Bogotá.

Monzón, C. (2013) Definiciones de Opinión Pública. Revista Opinión Pública, 1, 15-18. México. Recuperado el 12 de septiembre de 2015 de http://issuu.com/reginamontesdeoca/docs/revista_op

Nejamkis, L. y Rivero, S, F. (Octubre-noviembre 2007) Patria grande: Consonancias ¿y disonancias? Entre políticas públicas, prácticas políticas y discursos [Documento PDF]. Presentado en la IX jornada de Argentina de estudios sociales de la población. Recuperado el 26 de diciembre de 2018 de http://www.redaepa.org.ar/jornadas/ixjornadas/resumenes/Se28--Políticas_Novick/ponencias/nejamkis_riverosierra1.pdf

Neumann, N. (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación. *Communication & Society* 6 (1 y 2), 9-28. Recuperado el 12 de septiembre de 2015 de http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=226

Ochoa, C. (29 de mayo 2015) Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia

[Mensaje de Blog] recuperado 20 de noviembre de 2018 de

<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Organización Internacional Para las Migraciones (O.I.M) (2013). Panorama Migratorio

de América del Sur 2012 [Documento PDF], Buenos Aires, Recuperado el 18 de

diciembre de 2018 de

https://www.iom.int/files/live/sites/iom/files/pbn/docs/Panorama_Migratorio_de_America_del_Sur_2012.pdf

Organización Internacional Para las Migraciones (O.I.M) (2010). Perfil Migratorio de

Colombia 2010 [Documento PDF], Buenos Aires, Recuperado el 29 de mayo de

2018 de

https://publications.iom.int/es/system/files/pdf/perfil_27abril_impuestas.pdf

Organización Internacional Para las Migraciones (O.I.M) (2013). Perfil Migratorio de

Argentina 2012 [Documento PDF], Buenos Aires, Recuperado el 18 de diciembre

de 2018 de

[http://publications.iom.int/system/files/pdf/perfil_migratorio_de_argentina2012.p
df](http://publications.iom.int/system/files/pdf/perfil_migratorio_de_argentina2012.pdf)

Organización Internacional Para las Migraciones (O.I.M) (2013). Perfil Migratorio de

Colombia 2012 [Documento PDF], Buenos Aires, Recuperado el 29 de mayo de

2018 de

http://publications.iom.int/system/files/pdf/perfil_migratorio_de_argentina2012.pdf

- Organización Internacional Para las Migraciones (O.I.M) (2016). La Migración colombiana en Argentina. [Documento PDF], Buenos Aires, Recuperado el 13 de agosto 2016 de <http://argentina.iom.int/co/sites/default/files/publicaciones/OIM-La-migracion-colombiana-en-argentina-PDF-WEB.pdf>
- Pardo, F. (2013). Inmigración, multiculturalidad y políticas de integración en Europa: colombianos en Ámsterdam, Londres y Madrid. Universidad Externado, Bogotá.
- Rama, C. (2006) La tercera reforma de la educación superior en América Latina y el Caribe: masificación, regulaciones e internacionalización. Revista Educación y Pedagogía, 46, 13-24. Universidad de Antioquia, Medellín
- Retis, J. (2004). La imagen del otro: inmigrantes latinoamericanos en la prensa nacional española. Revista Sphera Pública, 4, 119-139. Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia.
- Reichheld, F (2003) The one number you need to grow. Harvard Business Review. Recuperado el 12 de Julio de 2018 de <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>
- Rosales, L. (2001) Manual para el ejercicio de las relaciones públicas en el nuevo mileni. [Documento PDF]. Recuperado el 26 de diciembre 2018 de <https://es.scribd.com/doc/234963304/Manual-Relaciones-Publicas-pdf>

- Roviggati, V. (1981) Lecciones sobre la Ciencia de la Opinión Pública. Colección Intiyan, Quito, Ecuador.
- Ruiz, M (2004) Inmigración, diversidad, integración exclusión: Conceptos clave para el trabajo con la población Inmigrante. [Documento PDF.] Revista de Estudios de Juventud: Intervención social e inserción de jóvenes inmigrantes, 66, 11-21.
Recuperado el 20 de octubre de 2016 de:
<http://www.injuve.es/sites/default/files/Injuve%2066.pdf>
- Sánchez C. (1999). Opinión pública y encuestas, Memoria del III Congreso Internacional de Derecho Electoral. (Vol. 1, pp 321-339). España.
- Santiesteben A,M (2009). La identidad no es solo el logotipo: todo comunica, [Documento PDF], La Habana. Recuperado el 27 de agosto de 2016 de
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/533/Identidad%20de%20la%20imagen%20global.htm>
- Schiffman, L. Lazar, L (2010) Comportamiento Del Consumidor Décima Edición. México, Pearson.
- Silva R, M. (2010). La inmigración colombiana en el cine reciente. Revista Nexus Comunicación. (Núm 8. pp 170-183) Universidad del Valle, Cali.
- Solimano, A. (2003). Development cycles, political regimes and international migration: Argentina in the twentieth century [Documento PDF], División de Desarrollo Económico, Cepal, Santiago. Recuperado el 19 de agosto 2015 de

- http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5382/S03127_en.pdf?sequence=1
- Straface, F. (2018) Una ciudad cada vez más elegida en el mundo, Diario El Cronista, sección empresas, Buenos Aires 2018. Recuperado el 22 de junio de 2018.de <https://www.cronista.com/columnistas/Una-ciudad-cada-vez-mas-elegida-en-el-mundo-20180622-0017.html>
- Sautu, R. (2003) Todo es teoría Objetivos y métodos de investigación. Ediciones Lumiere S.A, Argentina
- Sautu, R. Boniolo, P. Dalle, P. Elbert, R. (2010) Manual de metodología. Prometeo libros. Buenos Aires, Argentina.
- Sujan, M. Bettman, J. (1989) The Effects of Brand Positioning Strategies on Consumers' Brand and Category Perceptions: Some Insights from Schema Research [Documento PDF], Journal of Marketing Research, American Marketing Association. Recuperado el 23 de abril de 2018 de <http://www.jstor.org/stable/3172765> traducción propia
- Villafañe, J. (2006) Introducción a la teoría de la imagen .Madrid: Pirámide.
- Vono, D. (septiembre de 2010) panorama migratorio en Colombia a partir de las estadísticas locales. Material presentado en el marco del Seminario taller sobre el fortalecimiento de las capacidades nacionales para la gestión de las migración internacional: “Nuevas tendencias, nuevos asuntos, nuevos enfoques de cara al

futuro, Santiago de Chile. Recuperado el 20 de diciembre de 2018 de

<https://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/41138/03LReboiras-MSoffia.pdf>

9 Anexo (cuestionario)

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Hola, Buen día y gracias por tu tiempo. Mi nombre es Renzo Coronado, estoy realizando un estudio sobre la Imagen de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los ciudadanos colombianos. Esto es parte de mi proyecto de tesis para la Maestría en Investigación de Mercados, Medios y Opinión que estoy cursando. Quisiera, hacerte unas breves preguntas para conocer tu opinión. Nos llevará 15 minutos aproximadamente. Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas, se trata de conocer tu propia opinión sobre el tema. Cuando la investigación esté completa compartiré los resultados con los participantes. ES MUY IMPORTANTE QUE PULSES "ENVIAR" PARA QUE SE REGISTREN TUS RESPUESTAS!

¿Cuándo llegaste a Buenos Aires? Por favor, usa el formato, día, mes y año (DD-MM-AA) *

En el caso de no recordar el día exacto, puedes colocar el aproximado

DD MM AAAA

23 / 03 / 2013

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 2 de 10

1- ¿Cuáles ciudades del mundo te parecen más atractivas para migrar? puedes mencionar hasta 3 ciudades *

por favor separa tus respuestas con comas

París, argentina, colombia

28/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

2- Voy a mencionar una serie de frases, te pido que por favor selecciones la ciudad más relacionada: *

Solo se permite una respuesta por fila

	Nueva York- Estados Unidos	Madrid- España	Toronto- Canada	Santiago- Chile	Lima- Perú	Buenos Aires- Argentina	Londres- Reino Unido	Brasilia- Brasil
Un lugar para mudarse definitivamente	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar para estudiar en el extranjero	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El lugar con la mejor oferta cultural	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El lugar con las personas más amables	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar con el mejor transporte público	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El lugar con el mejor clima	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar para ir de fiesta	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar para vacacionar	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar con salarios adecuados	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar con buena seguridad	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un lugar con un buen sistema público de salud	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

28/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 3 de 10

3-Ahora, pensando en Buenos Aires-Argentina, por favor indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones *

Se permite solo una respuesta por fila

	Completamente en desacuerdo	en Desacuerdo	Ni de acuerdo y en desacuerdo	de Acuerdo	Completamente de acuerdo
Es un lugar para vivir indefinidamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenos Aires es un lugar para estudiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Buenos Aires tiene la mejor oferta cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Las personas son muy amables en Buenos Aires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
El transporte público de Buenos Aires es el mejor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Buenos Aires tiene el mejor clima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenos Aires tiene muchos lugares para ir a festejar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
En Buenos Aires puedo vacacionar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
En Buenos Aires pagan salarios adecuados	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En Buenos Aires me siento seguro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenos Aires tiene el mejor sistema público de salud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 4 de 10

4-¿cuáles de los siguientes atributos definen mejor a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina ? selecciona máximo hasta 3

	Mención
Cultura futbolística/Fútbol	<input type="radio"/>
Educación	<input checked="" type="radio"/>
Teatros/plazas	<input type="radio"/>
Actividades al aire libre	<input checked="" type="radio"/>
Tango	<input type="radio"/>
Asado	<input type="radio"/>
El Obelisco	<input type="radio"/>
Su cultura política	<input type="radio"/>
Sistema de transporte	<input checked="" type="radio"/>
Las estaciones/el clima	<input type="radio"/>
Servicios públicos subsidiados	<input type="radio"/>

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 5 de 10

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

5- Hablando de tu experiencia en general viviendo en la Buenos Aires-Argentina ¿cuáles son los aspectos que más te han gustado? *

Es una pregunta abierta, puedes escribir tanto como desees, recuerda separar con comas cada aspecto

La cultura , la gente

6- Y ¿cuáles son los que menos te han gustado? *

Es una pregunta abierta, puedes escribir tanto como desees, recuerda separar con comas cada aspecto

Que la gente, tenga mucha gente, trabajando en negro .

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 6 de 10

7-¿cuál es el principal motivo de tu migración a la Ciudad de Buenos Aires-Argentina? *

Trabajo

8- ¿Ha cambiado la opinión que tenías sobre la Ciudad de Buenos Aires desde tu llegada? si, sí, ¿en qué sentido? *

Positivamente

9- Antes de llegar a la ciudad ¿por cuánto tiempo pensabas residir? *

Permanentemente

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Sección 7 de 10

10- En una escala de 1 a 10 donde 1 es nada probable y 10 es totalmente probable ¿qué tan probable es que recomiendes a la Ciudad de Buenos Aires/Argentina a un amigo o familiar como destino migratorio? *

Respuesta única

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada probable Totalmente probable

11- ¿Por qué calificas con ese valor tu nivel de recomendación? *

Es una pregunta abierta, recuerda separar con comas tus motivos

Por que es una ciudad que da muchas oportunidades, como de trabajo , estudio, y mucha cultura..

Ahora para finalizar

Sección 8 de 10

agradecería respuestas algunas preguntas acerca de tí

X1- Eres: *

Mujer ▼

X2- ¿Cuántos años tienes? *

29

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

Datos de clasificación

Sección 9 de 10

X4-¿Cuál es el máximo nivel de estudios alcanzado? *

Secundaria completa o tecnicatura/universitario incompleto ▾

X5- ¿Cuál es tu actividad o trabajo? *

- 1. Como dueño o socio de una empresa, negocio, estudio o comercio
- 2. En una institución social o de bien publico
- 3. En una empresa, fábrica, negocio, estudio o comercio
- 4. Con una persona que le da trabajo
- 5. Como empleado en casa de familia
- 6. En una dependencia, organismo, empresa o banco público
- 7. Trabajando solo por su cuenta, o sin empleados
- 8. Actualmente sin trabajo

X6-¿Qué tipo de posición ocupas? *

- 1. Directivo
- 2. Jefe
- 3. Trabajador
- 4. Actualmente sin trabajo

25/10/2018

Imagen de la Ciudad de Buenos Aires

X7-¿Qué tipo de calificación se requiere para la ocupación? *

1. Profesional
2. Técnica
3. Operativa
4. Ninguna calificación
5. Actualmente sin trabajo

X8-¿Tienes actualmente algún tipo de cobertura médica (obra social, mutual, pami o medicina prepaga)? *

- Sí
- No

Hemos finalizado, Muchas gracias por tus respuestas! Recuerda pulsar enviar!

Sección Final!

¿desearías acercar algún comentario, sugerencia o crítica acerca de tu experiencia viviendo en la Ciudad de Buenos Aires?

No es obligatorio que llenes estos espacios, pulsa enviar!

Escribe tu correo electrónico para conocer los resultados de la investigación

No es obligatorio que llenes estos espacios, pulsa enviar!

UCES

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES

Buenos Aires, 15 de 11 de 2018.

Por la presente se deja constancia de aprobación del proyecto de Tesis/
Trabajo Final
del alumno... Renzo Coronado
correspondiente a la Carrera MAESTRIA en Investigación de Mercados y Modos y Opinión para
su presentación ante la Secretaría Académica de Posgrados:

Firma y aclaración del Director/Tutor: [Signature] MARVAI, J.

Firma y aclaración del Coordinador de Tesis de la Carrera:

Firma y aclaración del Director de la Carrera: [Signature] G.D. PEÑA.-