Análisis Encuesta de Satisfacción a Estudiantes participantes

Feria laboral Bilingüe “Yes, Bogotá”

Feria presencial 20 de noviembre

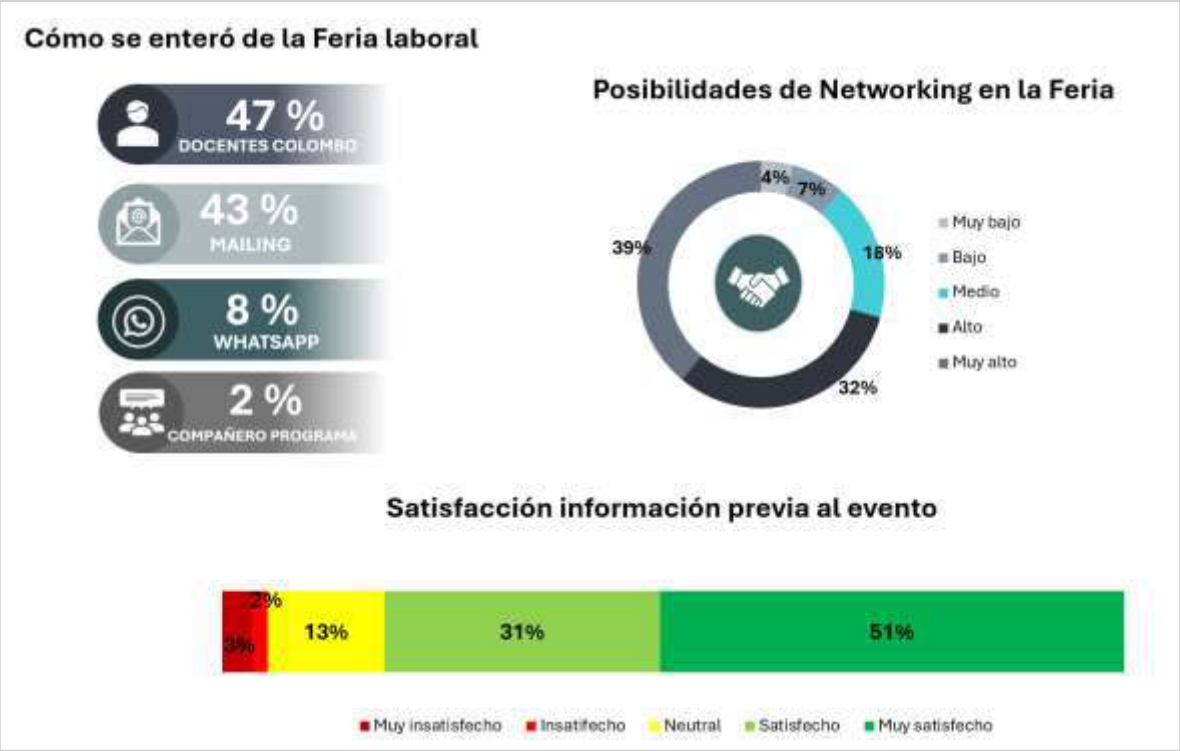
El presente informe consolida el análisis de satisfacción de la Feria Laboral Presencial desarrollada en el marco del Programa Yes, Bogotá, como parte de las acciones implementadas en el Producto 6 – Estrategia de Conexión Laboral. Esta feria constituye uno de los escenarios principales de articulación entre los procesos formativos adelantados por los participantes y las oportunidades reales de vinculación laboral ofrecidas por los sectores productivos de la ciudad. En coherencia con los lineamientos del convenio y con el propósito de fortalecer la transición educación–empleo, se recopilaron y analizaron las percepciones, valoraciones y sugerencias de los asistentes mediante un instrumento de retroalimentación aplicado al cierre del evento.

El análisis integra información cuantitativa y cualitativa que permite comprender el alcance de la estrategia, la pertinencia de la oferta empresarial, la experiencia de los participantes y los aspectos de mejora para futuras versiones. Asimismo, los hallazgos se relacionan con los objetivos del Producto 6, evidenciando la efectividad de las acciones orientadas a generar entornos de empleabilidad pertinentes, informados y accesibles para los estudiantes del programa.

Las gráficas e interpretaciones incluidas a continuación sintetizan los principales resultados obtenidos y constituyen insumos clave para la toma de decisiones, la planificación de próximas ferias y el fortalecimiento del relacionamiento con empresas y sectores estratégicos de la ciudad.

1. Canales de comunicación

Gráfica 1 - Tablero de datos relacionados con el proceso de comunicación de la Feria laboral



Los resultados muestran que el 47% de los asistentes se enteró de la Feria Laboral a través de docentes del Centro Colombo Americano, lo que confirma el rol estratégico del cuerpo docente como principal puente de confianza y movilización estudiantil. El resto de los canales (correo, WhatsApp, redes sociales y compañeros) se distribuyó de manera homogénea, consolidando un ecosistema de comunicación mixto que favoreció la convocatoria.

Desde un enfoque cualitativo, esta tendencia evidencia que la estrategia de articulación pedagógica con los docentes fortalece el alcance del evento y legitima su valor entre los estudiantes, alineándose con los lineamientos del Producto 6 relacionados con la movilización efectiva hacia escenarios reales de empleabilidad.

El indicador de “satisfacción con la información previa” presenta un 82% de favorabilidad, lo que demuestra que las instrucciones, piezas informativas y canales de soporte funcionaron de manera clara y oportuna. Solo un 5% expresó dificultades relacionadas con claridad de vacantes o expectativas frente a los sectores participantes, lo que señala la necesidad de avanzar hacia una estrategia más segmentada por sectores (audiovisual, turismo, gastronomía, administrativo), permitiendo mayor alineación entre expectativas y oferta.

Por otra parte, los estudiantes participantes valoraron positivamente la interacción con reclutadores, destacando la disposición, amabilidad y claridad en la presentación de oportunidades. El análisis cualitativo revela que este componente fue percibido como uno de

los aspectos más significativos del evento, especialmente entre quienes lograron entrevistas o preselección en sitio.

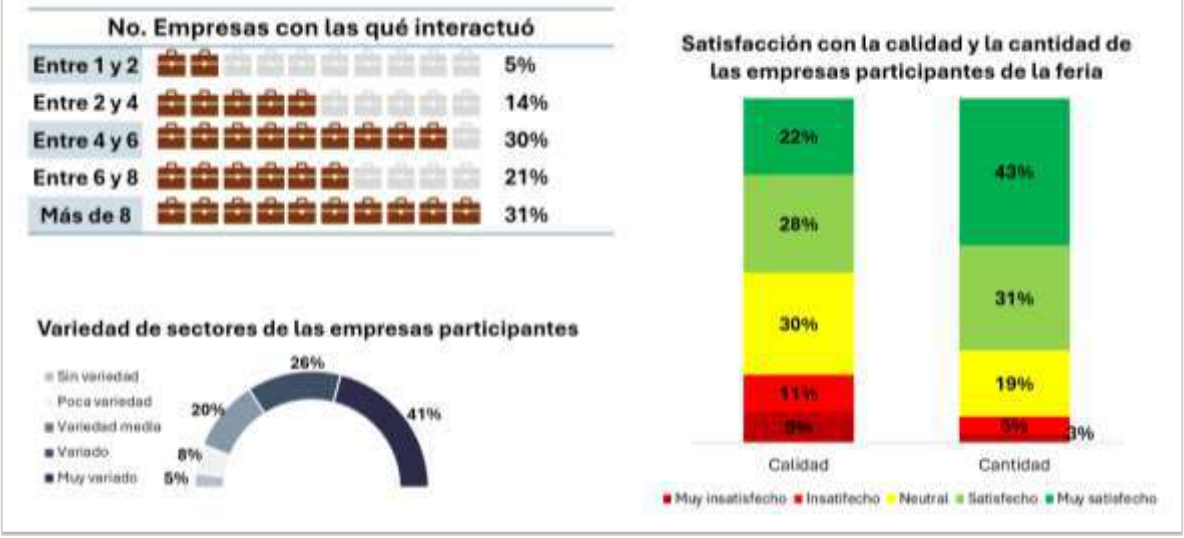
No obstante, varios comentarios sugieren que las posibilidades de networking podrían fortalecerse mediante:

- Segmentación por niveles de inglés.
- Espacios más amplios que faciliten el flujo conversacional.
- Mayor diversidad de roles profesionales.

Este punto se articula directamente con la estrategia de exposición temprana a ambientes laborales reales establecida en el Producto 6.

2. Relacionamiento con las empresas

Gráfica 2 - Tablero de datos relacionado con el relacionamiento con las empresas participantes



Como se puede observar en el tablero de datos, se muestra que un 31% de los asistentes interactuó con más de 8 empresas, seguido por un 30% que interactuó con entre 4 y 6. Solo un 5% tuvo contacto con 1 o 2 empresas. La mayoría de los participantes no solo recorrió el evento, sino que también exploró diversos stands, lo cual indica que la estructura del espacio, la logística y la disposición de las empresas facilitaron la interacción directa, lo cual demuestra que los estudiantes encontraron accesibilidad, apertura de las empresas y disponibilidad para orientar, brindar información o realizar entrevistas.

En conjunto, los datos cuantitativos y cualitativos muestran un evento robusto desde el punto de vista de participación e interacción, pero con oportunidades claras para fortalecer la diversificación sectorial y la alineación entre formación y demanda laboral.

La satisfacción con la variedad de sectores presentó una dualidad significativa. Por un lado, los asistentes reconocieron la amplia presencia del sector BPO, lo que generó oportunidades

inmediatas para perfiles con diferentes niveles de inglés y fortaleció la expectativa de vinculación rápida a roles bilingües. Esta concentración permitió una alta tasa de interacción y entrevistas en sitio para quienes se orientan hacia este sector.

Por otro lado, se evidenció una insistencia clara en la necesidad de ampliar la oferta para otros sectores estratégicos, como audiovisual, gastronomía, turismo, diseño y áreas administrativas, los cuales corresponden directamente a los énfasis académicos del programa "Yes, Bogotá". La combinación de estos elementos constituye una oportunidad de mejora relevante, orientada a diversificar la participación empresarial y asegurar una oferta más equilibrada, que responda de manera más precisa a los intereses y proyecciones de los estudiantes.

3. Factores más importantes de la Feria y oportunidades de mejora

Gráfica 3 - Imágenes de interpretación de respuestas cualitativas relacionadas con Factores importantes de la Feria y Oportunidades de mejora



La gráfica de la izquierda muestra con claridad las razones que motivaron la asistencia a la Feria Laboral Presencial. El 51% de los participantes asistió principalmente para buscar empleo o nuevas oportunidades laborales, lo que confirma que la feria cumple una función central como espacio de intermediación laboral. Esta motivación dominante se relaciona directamente con los objetivos del Producto 6, orientados a fortalecer la conexión entre formación y empleabilidad.

En segundo lugar, un 18% manifestó interés en conocer empresas del sector o ampliar contactos, lo cual evidencia la importancia del relacionamiento empresarial y de la visibilidad

del ecosistema productivo. Esto reafirma que, más allá de aplicar a vacantes específicas, la feria funciona como un escenario de networking estratégico para proyectar perfiles laborales, comprender tendencias del mercado y ampliar expectativas profesionales.

Le siguen motivaciones asociadas a networking con reclutadores (11%), recibir orientación profesional (10%), y en menor proporción explorar opciones académicas (6%) y encontrar prácticas (4%). Aunque porcentualmente menores, estas razones reflejan necesidades complementarias del estudiantado y muestran que la feria es percibida como un espacio integral para fortalecer habilidades de empleabilidad, aclarar rutas y recibir retroalimentación directa de empleadores.

En cuanto a las oportunidades de mejora, la nube de palabras evidencia, desde un enfoque cualitativo, una tensión entre la motivación predominante de búsqueda de empleo y la variedad limitada de sectores representados en la feria. Términos como “Sectores”, “Variedad”, “Vacantes”, “Diversos”, “Audiovisuales”, “Turismo”, “Gastronomía”, “Diseño” se repiten con alta frecuencia, lo que indica que muchos asistentes no encontraron suficiente oferta alineada con sus áreas de formación o intereses profesionales.

Si bien la feria logró atraer empresas relevantes, la concentración de vacantes en BPO y roles de servicio al cliente generó una percepción de desbalance entre la oferta sectorial y los perfiles de estudiantes formados por el programa. Esta brecha se posiciona como uno de los aprendizajes clave para futuras versiones.

Al contrastar ambas gráficas, se identifican tres conclusiones centrales:

- Existe alta demanda por oportunidades de vinculación laboral, confirmada tanto en la motivación principal (51%) como en los comentarios cualitativos.
- La feria responde de manera parcial a esta expectativa, generando satisfacción en quienes encontraron vacantes alineadas, pero señalando oportunidades de mejora en la diversificación sectorial.
- El networking sigue siendo un valor agregado fuerte, aunque los asistentes esperan que dicho networking sea más segmentado y pertinente a sus áreas de interés.

Gráfica 4 - Resumen de elementos que más le gustaron a los estudiantes de la Feria laboral Presencial



Con base en las percepciones reportadas por los participantes, es posible identificar los elementos que generaron mayor satisfacción durante la Feria Laboral Presencial, los cuales reflejan la efectividad del evento como estrategia de conexión laboral en el marco del Producto 6.

En primer lugar, la feria fue ampliamente reconocida por la calidad del acompañamiento brindado por el personal y los reclutadores. La disposición, claridad en la orientación y el trato cercano contribuyeron a generar un ambiente de confianza, facilitando la participación y reduciendo la ansiedad propia de los encuentros con empresas. Esta valoración del servicio humano se complementó con una percepción positiva sobre la presencia de múltiples empresas en un solo lugar. Aunque se identifican oportunidades de diversificación sectorial, los asistentes destacaron que la concentración de organizaciones les permitió comparar opciones, ampliar su visión del mercado laboral y reconocer nuevas posibilidades alineadas con sus intereses y habilidades.

Otro elemento central fue el reconocimiento de oportunidades laborales reales durante la feria. La posibilidad de acceder a vacantes inmediatas, participar en entrevistas en el momento y encontrar opciones para perfiles sin experiencia fortaleció la sensación de acceso concreto a rutas de vinculación. Este aspecto es particularmente relevante para el cumplimiento de los objetivos del programa, ya que demuestra que la feria no solo informa, sino que habilita experiencias auténticas de inserción laboral.

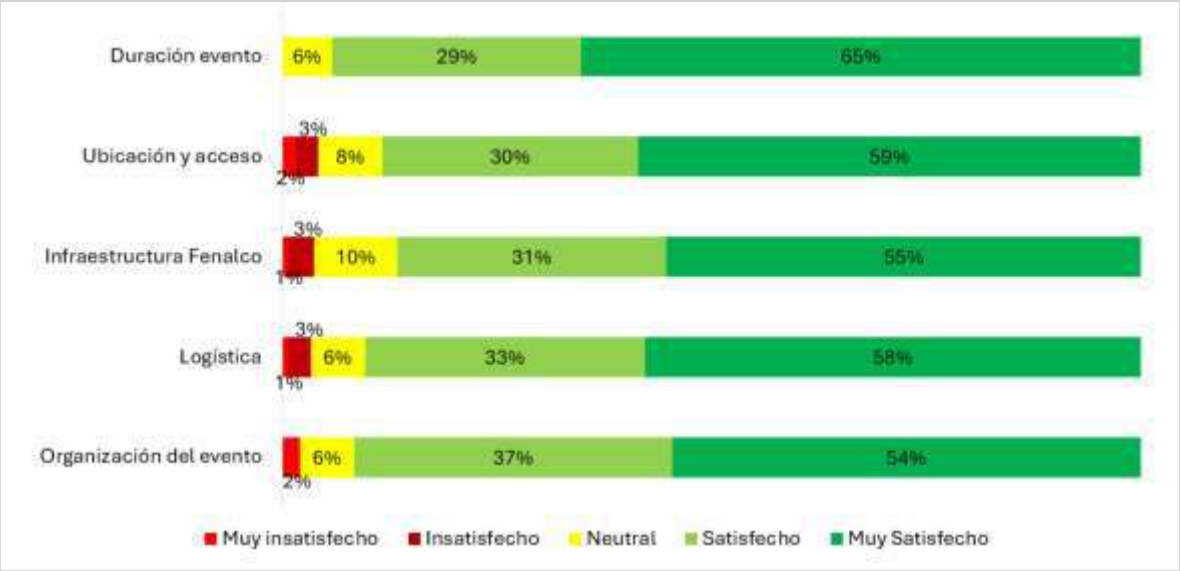
La organización del evento también recibió una valoración favorable. Los asistentes percibieron un proceso claro, ordenado y eficiente, apoyado en herramientas como el registro mediante código QR, lo que permitió un flujo adecuado de ingreso, orientación y circulación. Esta buena gestión logística no solo facilitó la experiencia, sino que proyectó una imagen de profesionalismo y solidez institucional ante estudiantes y empresas.

Asimismo, la interacción directa con los reclutadores fue destacada como uno de los componentes más enriquecedores de la jornada. Este contacto permitió resolver dudas, comprender mejor las dinámicas de los sectores representados y fortalecer competencias clave para procesos de selección, consolidándose como un espacio formativo además de laboral. Finalmente, la información brindada en los stands fue valorada por su pertinencia y claridad, ayudando a los participantes a ajustar sus expectativas, comprender los perfiles buscados y reconocer áreas de mejora en su trayectoria profesional.

En conjunto, estos aspectos reflejan que la Feria Laboral Presencial logró posicionarse como una experiencia significativa y de alto impacto para los estudiantes, al articular de manera coherente orientación, contacto empresarial, oportunidades reales y un entorno organizado que favorece la participación informada. Esta valoración positiva respalda la continuidad y fortalecimiento de este tipo de estrategias dentro del ecosistema de empleabilidad del programa “Yes, Bogotá.”

4. Satisfacción del evento

Gráfica 5 - Nivel de satisfacción de los criterios de organización del evento



La evaluación de los criterios operativos del evento evidencia un alto nivel de satisfacción general, lo cual confirma que la feria cumplió con los estándares de calidad esperados para los espacios de conexión laboral del Programa "Yes, Bogotá." En todos los ítems evaluados predomina una percepción positiva, con porcentajes de satisfacción y alta satisfacción superiores al 80% en promedio, lo que destaca la solidez de la logística y la adecuación de las condiciones para la participación estudiantil.

En cuanto a la duración obtuvo un 94% de favorabilidad (29% satisfecho y 65% muy satisfecho), lo cual confirma que el tiempo disponible permitió a los asistentes recorrer los stands, interactuar con diversas empresas y asistir a entrevistas sin percibir congestión o limitaciones importantes. Solo un 6% manifestó una percepción neutral, sin indicios de insatisfacción.

Así mismo, con un 89% de percepción positiva, la ubicación fue valorada como accesible y adecuada para el desplazamiento de los participantes. No obstante, un 8% reportó una percepción neutral y un 5% entre insatisfecho y muy insatisfecho, lo cual sugiere que, si bien la mayoría considera adecuado el lugar, existen oportunidades de mejora relacionadas con señalización, flujo de ingreso o distancia para ciertos asistentes.

Por otra parte, la infraestructura recibió una favorabilidad del 86%, combinando 31% satisfecho y 55% muy satisfecho. Los comentarios cualitativos asociados mencionan aspectos relacionados con el tamaño de algunas salas y la ventilación, lo que coincide con el 11% que expresó percepción neutral o negativa. Aunque la infraestructura cumplió su función, existe margen para optimizar la comodidad y la distribución espacial.

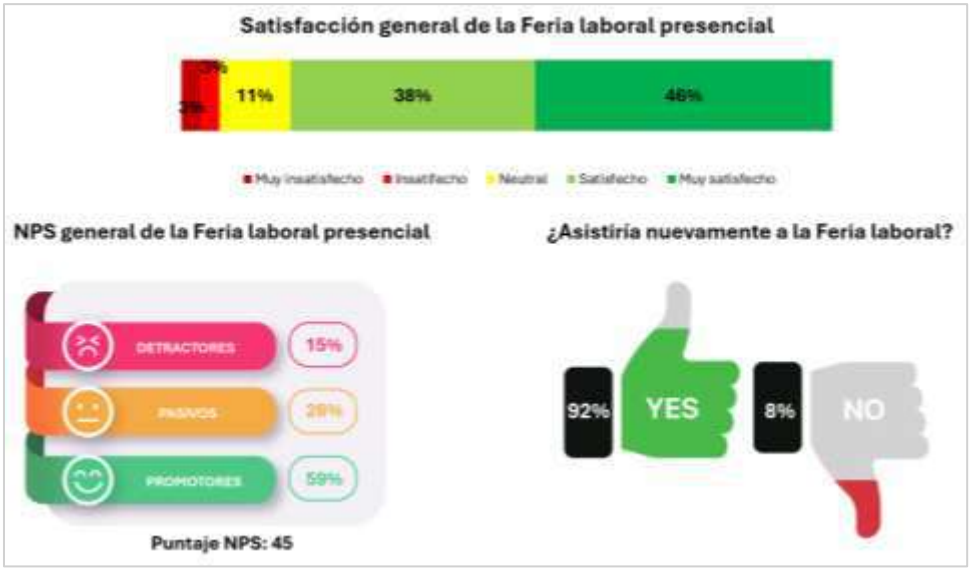
La logística fue uno de los aspectos mejor evaluados, con un 91% de satisfacción. Los estudiantes destacaron la orientación del personal, el control del flujo de ingresos y la organización de entrevistas. Solo un 7% señaló percepciones neutrales o negativas, principalmente asociadas a momentos de alta afluencia o dudas sobre la asignación de salas.

En lo relacionado con la organización obtuvo una favorabilidad del 91% (37% satisfecho y 54% muy satisfecho), consolidándose como uno de los factores más fuertes de la experiencia. Los comentarios cualitativos destacan claridad en los procesos, orden en los momentos de registro y acompañamiento constante del equipo operativo. Este indicador se alinea de manera directa con los propósitos del Producto 6, que busca garantizar experiencias de empleabilidad confiables, fluidas y bien estructuradas.

En conclusión, la gráfica muestra un desempeño sobresaliente en todos los criterios operativos del evento, con niveles de aceptación que oscilan entre 86% y 94%. Esto indica que los estudiantes perciben la feria como un entorno organizado, accesible y funcional, reforzando su rol como una estrategia efectiva de conexión laboral.

Las oportunidades de mejora identificadas (espacios más amplios, ventilación, algunas claridades en el acceso) constituyen ajustes incrementales que permitirán robustecer aún más la experiencia en futuras versiones.

Gráfica 6 - Tablero de datos relacionados con la satisfacción general del evento



La Feria Laboral Presencial obtuvo una alta valoración global, reflejada en los niveles de satisfacción reportados por los asistentes. El 84% manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con la experiencia (38% satisfecho y 46% muy satisfecho), mientras que solo un 6% expresó algún nivel de insatisfacción. Estos resultados confirman que la feria fue percibida como un espacio pertinente, bien organizado y útil para avanzar en las rutas de empleabilidad propuestas por el programa Yes, Bogotá.

Este patrón de satisfacción se articula directamente con el análisis cualitativo, en el que los estudiantes destacaron elementos como la organización del evento, la claridad en la

información entregada, la calidad de las empresas participantes, la disposición del personal y la posibilidad real de conectar con oportunidades laborales o entrevistas inmediatas. Estas percepciones positivas refuerzan la coherencia entre los hallazgos cuantitativos y cualitativos, indicando un impacto positivo y transversal del evento.

En cuanto a la disposición a recomendar la experiencia, es importante señalar que la Feria alcanzó un NPS de 45, una cifra considerada alta y muy favorable en actividades de intermediación laboral y ferias de empleabilidad. Este resultado ubica la feria como una experiencia con alto potencial de recomendación, mostrando que más de la mitad de los asistentes considera que la estrategia aporta valor real a su proceso de inserción laboral. La presencia reducida de detractores indica que los aspectos críticos fueron minoritarios y, en su mayoría, asociados a la oferta sectorial, más que a la ejecución logística o la calidad del evento.

El NPS reafirma que la Feria Laboral Presencial no solo brindó un servicio funcional, sino que también generó una experiencia positiva, memorable y alineada con los objetivos del Producto 6: fortalecer la conexión laboral mediante espacios de interacción con empresas, información oportuna y oportunidades reales de vinculación.

En coherencia con la satisfacción y el NPS, el 92% de los asistentes afirmó que volvería a participar en una próxima versión de la feria, mientras que solo un 8% indicó que no lo haría. Esta intención de retorno es un indicador clave de pertinencia estratégica, pues evidencia que la feria logró consolidarse como un espacio confiable, valorado y alineado con las expectativas de los estudiantes.

La articulación entre satisfacción general, NPS e intención de asistir nuevamente muestra que:

- La experiencia fue altamente valorada.
- Los estudiantes perciben la feria como un espacio que sí abre oportunidades reales.
- La estrategia fortalece la relación entre formación y acceso al mercado laboral.
- Existe confianza y disposición para continuar participando en actividades del ecosistema de empleabilidad del programa.