

*Una mirada desde la comunicación estratégica a Un Café Converso,
experiencia de organización juvenil cristiana en la Universidad
Nacional de Colombia*

Integrantes:

María Alejandra Alarcón Fonseca ID: 700208

maria.alarcon-f@uniminuto.edu.co

Karol Melissa León Pérez ID: 703276

karol.leon@uniminuto.edu.co

Karen Tatiana Cardona Ballesteros

ID: 693424

karen.cardona-b@uniminuto.edu.co

Tutora:

Aura Patricia Orozco Araujo

auraporozco@gmail.com

**Especialización en Comunicación Estratégica para la Organizaciones
Cohorte 20
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Bogotá D.C.
Cundinamarca
2024**

Resumen

El presente documento recopila los hallazgos evidenciados en el proceso de diagnóstico llevado a cabo en Un Café Converso, un colectivo de carácter cristiano perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, que realiza talleres en pro de la salud mental, emocional y espiritual de la comunidad académica.

Esta aproximación se desarrolló a la luz de las técnicas y herramientas de recolección propias del enfoque cualitativo, tales como, revisión documental, entrevista, grupo focal, encuesta y observación participante. Además, el análisis y relacionamiento de datos fue posible gracias al uso de instrumentos como las matrices de prediagnóstico de comunicación, de realidad comunicacional, de coherencia, el mapa de relaciones, el modelo de las seis cajas de Weisbord, el árbol de problemas, PESTEL, entre otras.

Tras la indagación y el análisis de la información recolectada, se evidenció que Un Café Converso ha tenido dificultades con el fortalecimiento de una comunidad de sentido que convoque el interés y el compromiso de todos sus miembros mientras se construye una visión compartida que les permita alcanzar sus objetivos.

Por eso, a partir de ese problema fue de nuestro interés intentar responder ¿de qué manera la comunicación estratégica potencia la construcción de una comunidad de sentido dentro del colectivo Un Café Converso? Para ello, trazamos una ruta orientadora con la que buscábamos, por un lado, comprender aquello que convoca y motiva a los integrantes del colectivo a reunirse, y por el otro, analizar sus dinámicas de relacionamiento interno. Todo esto con el fin de poder llegar a proponer un plan estratégico de comunicación que impulse el crecimiento del colectivo y lo fortalezca desde su interior.

Palabras clave

Comunicación estratégica, comunidad de sentido, cultura juvenil, organización interna.

Abstract

This document compiles the findings evidenced in the diagnostic process carried out in Un Café Converso, a Christian collective belonging to the National University of Colombia, Bogotá, which conducts workshops for the mental, emotional and spiritual health of the academic community.

This approach was developed in the light of the techniques and tools of the qualitative approach, such as documentary review, interview, focus group, survey and participant observation. In addition, the analysis and relationship of data was possible thanks to the use of instruments such as the communication pre-diagnosis matrix, the communication reality matrix, the coherence matrix, the relationship map, Weisbord's six-box model, the problem tree, PESTEL, among others.

After the inquiry and analysis of the information collected, it became evident that Un Café Converso has had difficulties with the strengthening of a community of meaning that summons the interest and commitment of all its members while building a shared vision that allows them to achieve their objectives.

Therefore, based on this problem, it was of interest to us to try to answer how strategic communication enhances the construction of a community of meaning within the collective Un Café Converso?

To this end, we traced a guiding route which we look for, on the one hand, understanding what convokes and motivates the members of the collective to meet, and on the other, to analyze their internal relationship dynamics. All this in order to be able to propose a strategic communication plan that promotes the growth of the collective and strengthens it from within.

Key Words

Strategic communication, community of meaning, youth culture, Internal organization

Resumen	1
Ilustraciones	5
Acrónimos	6
4. Diseño Metodológico	7
4.1. Clasificación de la investigación según el enfoque	7
4.2. Herramientas y técnicas de recolección y análisis de información	7
4.2.1. Herramientas de registro	9
4.2.1.1. Revisión bibliográfica	9
4.2.1.2. Observación participante	10
4.2.1.3. Entrevistas	11
4.2.1.4. Grupo focal	14
4.2.1.5. Encuesta	15
4.2.2. Herramientas de análisis organizacional	16
4.2.2.1. Matriz prediagnóstico de comunicación	17
4.2.2.2. Matriz de realidad comunicacional	17
4.2.2.3. Matriz de coherencia	17
4.2.2.4. Mapa de relaciones	18
4.2.2.5. Modelo de las 6 cajas de Weisbord	18
4.2.2.6. Modelo PESTEL	19
4.2.2.7. Árbol de problemas	19
4.2.2.8. Estructura desglosada de trabajo (EDT)	20
4.2.2.9. Mapa de procesos	20
5. Contexto	21
5.1. Organización	21
5.2. Misión Juvenil Bogotá	26
5.3. Un Café Converso, colectivo de la Universidad Nacional de Colombia	30
5.3.1. Un Café Converso	32
5.3.2. Entorno	45
5.3.3. Comunicación	48
5.3.3.1. Mapa de relaciones y actores	50
5.3.3.2. Matriz de prediagnóstico comunicacional	52
5.3.3.3. Matriz de realidad comunicativa	54
6. Problema, necesidad u oportunidad	55
6.1. Pregunta orientadora	56
6.2. Objetivo general	56
6.3. Objetivos específicos	56
6.4. Problema, necesidad u oportunidad	56
6.5. Árbol de problemas	58
7. Antecedentes	59
7.1. Antecedentes Conceptuales	59
7.2. Antecedentes Prácticos	63
8. Categorización	67

8.1. Comunidad de sentido	67
8.2. Culturas Juveniles	68
8.3. Comunicación estratégica	72
9. Resultados	73
10. Transformación organizacional	79
11. Plan de Comunicación Estratégica (PECO)	80
a. Nombre del PECO	80
b. Infografía síntesis del PECO	81
c. Matriz de diseño estratégico	82
d. Objetivos	83
e. Públicos	84
f. Estrategias, tácticas y acciones:	84
g. Mensajes, canales e indicadores	89
h. Cronograma	91
i. Presupuesto	92
12. Conclusiones	95
13. Referencias	97
14. Anexos	102

Ilustraciones

Ilustración 1. Creación propia - Embudo de Jerarquía 1

Ilustración 2. Imagen de la página de IPUC

Ilustración 3. Creación propia - Embudo de jerarquía 2

Ilustración 4. Creación propia - Embudo de jerarquía 3

Ilustración 5. Creación propia - organigrama nivel 1

Ilustración 6. Creación propia - organigrama nivel 2

Ilustración 7. Creación propia - organigrama nivel 3

Ilustración 8. Creación propia - organigrama nivel 4

Ilustración 9. Creación propia - Mapa de procesos

Ilustración 10. Creación propia - PESTEL

Ilustración 11. Creación propia - Tabla de convenciones

Ilustración 12. Creación propia - Mapa de relaciones y actores

Ilustración 13. Creación propia - Árbol de problemas

Ilustración 14. Creación propia - Logo PECO

Ilustración 15. Creación propia - Infografía PECO

Ilustración 16. Creación propia - Tabla de mensajes, canales e indicadores E1

Ilustración 17. Creación propia - Tabla de mensajes, canales e indicadores E2

Ilustración 18. Creación propia - Presupuesto

Acrónimos

1. IPUC (Iglesia Pentecostal Unida de Colombia)
2. MJB (Misión Juvenil Bogotá)
3. UCC: (Un Café Converso)
4. UNAL (Universidad Nacional de Colombia)
5. PECO (Plan Estratégico de Comunicación)
6. BIS (Bienvenida, Integración y Seguimiento)
7. PGP (Plan de Gestión de Proyectos)
8. CUR (Comunidad Universitaria Reformada)
9. USTA (Universidad Santo Tomás de Aquino)
10. REFAM (Reunión Familiar)

4. Diseño Metodológico

Para comenzar, es importante tener claro que en este apartado se abrirá paso a la ruta planteada para la recolección y el análisis sistemático de los datos e información relacionada con el colectivo Un Café Converso. Cabe resaltar que un diseño metodológico en investigación “es la descripción detallada de cada proceso teniendo en cuenta los insumos requeridos, las actividades que lo conforman y los resultados que produce.” (Medina, s.f., p.6).

En este sentido, se relacionan a continuación la tipología, técnicas, herramientas e instrumentos empleados en esta investigación, con la esperanza de responder coherentemente al planteamiento que se ocupa en este documento.

4.1. Clasificación de la investigación según el enfoque

Discriminando el tipo de herramientas empleadas y teniendo en cuenta nuestro interés en la comprensión de las experiencias, significados, sentires, interacciones y, en general, la realidad de los actores que componen la organización en toda su complejidad, se puede afirmar que esta investigación es de carácter cualitativo, coincidiendo con la definición que Sandoval (2002) da a esta clasificación:

Los acercamientos de tipo cualitativo reivindican el abordaje de las realidades subjetiva e intersubjetiva como objetos legítimos de conocimiento científico; el estudio de la vida cotidiana como el escenario básico de construcción, constitución y desarrollo de los distintos planos que configuran e integran las dimensiones específicas del mundo humano y, por último, ponen de relieve el carácter único, multifacético y dinámico de las realidades humanas.

Nuestro interés como investigadoras buscó ir más allá de la comprensión de la realidad y las motivaciones que impulsan a los actores involucrados a asistir y conectarse con un Café Converso. Todo esto, teniendo en cuenta los valores, reflexiones y contextos que los componen.

4.2. Herramientas y técnicas de recolección y análisis de información

Las herramientas y técnicas son métodos utilizados para explorar, recopilar, evaluar y

analizar la información obtenida a lo largo de la investigación. Su selección es crucial, ya que orienta la calidad y profundidad de resultados que los investigadores desean obtener.

Teniendo clara nuestra intencionalidad y de acuerdo con lo previamente señalado, en esta investigación se emplearon diversas herramientas de recolección de información (o de registro), como entrevistas, grupos focales, observación participante, encuestas y revisión documental. Estas nos permitieron adentrarnos en la realidad del colectivo, comprendiendo así las múltiples dimensiones que lo conforman. Además, su registro y análisis se realizó a través de técnicas específicas como las matrices de prediagnóstico de comunicación, de realidad comunicacional, de coherencia, el mapa de relaciones, el modelo de las seis cajas de Weisbord, el árbol de problemas, PESTEL, entre otras.

En el enfoque cualitativo las herramientas se pueden dividir en dos categorías: por un lado, las de registro, las cuales permiten capturar la esencia de las observaciones al ser las que brindan la información directa en el campo. Y, por el otro, las de análisis, que sirven para comprender, interpretar y dar sentido a los datos obtenidos.

En este punto, es importante señalar que el diagnóstico organizacional se llevó a cabo en dos momentos distintos: primero durante el 2022-2 y luego en 2024-1, debido a interrupciones en el posgrado. Por eso, aunque ya en el 2022 se había aplicado varias herramientas que nos mostraron el panorama general del colectivo, al retomar la investigación en 2024 fue necesario dejar de lado dichas preconcepciones para sumergirnos nuevamente en la realidad de UCC. Esto implicó la planificación y aplicación de nuevas herramientas detalladas a continuación.

Matriz de diseño estratégico					
Objetivo	Técnica	Instrumento	Fuentes primarias y secundarias	Cantidad	Fecha
1. Comprender los sentidos que motivan a todos los integrantes de Un Café Converso (creyentes y no creyentes) a reunirse en este espacio de bienestar	Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> Guía estructurada de preguntas Registro de audio 	<ul style="list-style-type: none"> Andrés Ramírez, delegada MJB para supervisar UCC Alejandra López, amiga UCC Laura Cuadrado, amiga UCC Jonier Cristiancho, amigo UCC 	4 personas	2022-2 hasta 2024-1
	Grupo focal	<ul style="list-style-type: none"> Guía de discusión tarjetas de apoyo Fotos 	• Amigos UCC	5 personas	4/11/2022
	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> Estructura de preguntas Google Forms 	• Amigos UCC	8 personas	22/11/2022
2. Analizar las dinámicas de relacionamiento interno que actualmente desarrolla Un Café Converso.	Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> Guía estructurada de preguntas Registro de audio 	<ul style="list-style-type: none"> Paula Gutiérrez, líder MJB durante 2022-2; Andrés Moreno, miembro de MJB que asiste a UCC Mayerly Gómez, líder general de MJB para UCC durante 2022-2; Sara Escobar, líder UCC Felipe Reyes, miembro de MJB en UCC; Laura Valbuena, encargada de seguimiento de grupos de Bienestar de Enfermería Juliette Diaz, líder de colectivos UNAL; Alejandra Ninco (Líder UCC) 	8 personas	2022-2 hasta 2024-1
	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> Estructura de preguntas Google Forms 	• Comunidad académica	9 personas	6/04/2024
	Observación participante	<ul style="list-style-type: none"> Diario de campo fotos 	Asistentes a los talleres de UCC	N/A	2022-2 hasta 2024-1
	Revisión documental	ficha de registro	Página web IPUC Página web Misión Juvenil Bogotá Página Web UCC	2 documentos	2022-2
				En nuestro trabajo de campo contamos con 34 fuentes primarias y 2 secundarias	
Herramientas de análisis organizacional: Matriz prediagnóstico de comunicación / Matriz de realidad comunicacional / Matriz de coherencia / Mapa de relaciones / Modelo de las 6 cajas de Weisbord / Modelo PESTEL / Arbol de problemas / Estructura desglosada de trabajo / Mapa de procesos					

Tabla resumen de herramientas aplicadas

4.2.1. Herramientas de registro

4.2.1.1. Revisión bibliográfica

Como uno de los primeros pasos, a partir del año 2022, decidimos realizar revisión bibliográfica para poder entender el panorama abarcado por otras investigaciones relacionadas con organizaciones juveniles orientadas a brindar herramientas de salud mental y emocional. Con esta modalidad de trabajo, exploramos sistemáticamente los enfoques desde los que se ha abordado este tema, así como estudios anteriores realizados con otros colectivos, para comparar y evidenciar similitudes que pudieran interesar y enriquecer nuestra investigación.

En este sentido, su función e importancia son señaladas claramente por Gómez, Navas, Aponte y Betancourt (2014):

El trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso. Dado que en la actualidad se dispone de mucha información científica y su crecimiento es exponencial, el problema de investigar es precedido por el ¿cómo? manejar tanta

información de forma eficiente.

Además, esta técnica fue esencial para dar los primeros pasos hacia la contextualización en relación con la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia, Misión Juvenil Bogotá y Un Café Converso.

4.2.1.2.Observación participante

Como segunda estancia, decidimos realizar, en repetidas ocasiones, en ambos momentos de la investigación, observación participante en los talleres realizados por el colectivo. Esto nos impulsó a involucrarnos activamente en los procesos internos que allí se llevan a cabo, y a sumergirnos en la comprensión detallada de sus roles, prácticas, valores, organización, participación y, por supuesto, sus rituales y códigos de relacionamiento.

Este enfoque, que abrió las puertas a nuestro trabajo de campo, facilitó el establecimiento de confianza entre los miembros de Un Café Converso y dos de las tres investigadoras. Esto, debido a que la tercera, Karoll León, ha sido parte activa de este colectivo durante varios años, lo que hizo que la integración e interacción entre ambas partes fluyera de manera más natural.

Por supuesto, para emprender esta aventura investigativa, tuvimos que planear previamente las maneras en las que nos acercáramos, las dimensiones iniciales que debíamos observar para luego interpretar y las preguntas clave para introducirnos en conversaciones informales que nos permitieran entender su rutina, prácticas y su cultura. Nos sentíamos preparadas para esta tarea, pues la integrante del equipo que asiste al colectivo nos proporcionó información sobre el tipo de ambiente que encontraríamos. Sin embargo, tuvimos en cuenta las palabras de Piñeiro (2015):

Aun así, no hemos de sorprendernos si una vez iniciado el estudio resulta que el escenario no es como se pensaba. Lo aconsejable es no ser rígidos en torno a ciertos bagajes teóricos que nos acompañan, sino que hemos de ser creativos y tratar de explorar los fenómenos tal y como van emergiendo.

Cabe señalar que en esta inmersión fue esencial realizar notas de campo, para no dejar escapar detalles sobre lo observado o considerar nuevas preguntas surgidas en el camino. La forma de hacerlo es sintetizada por Piñeiro (2015), destacando la importancia de estar atentos a todo lo que sucede en el campo, pues todo es fuente posible de información:

Las notas de campo deben incluir descripciones de personas, acontecimientos y conversaciones, tanto como las acciones, sentimientos, intuiciones o hipótesis del trabajo del observador. La secuencia y duración de los acontecimientos y conversaciones se registra con la mayor precisión posible, así como la estructura física del escenario. Incluso es pertinente, dependiendo del contexto, realizar una descripción de sonidos y olores, pues no solo lo visual repercute en todas las investigaciones.

En todo momento procuramos no ser intrusivas con lo que sucedía en cada escenario, aunque en espacios abiertos al debate, en ocasiones, aportamos nuestra percepción sobre los temas abordados en los talleres realizados por Un Café Converso, por lo que se puede afirmar que nuestro rol fue el de observadoras participantes.

En cada taller al que asistimos entendíamos, progresivamente, cómo ganar la confianza de los actores involucrados mientras obtenemos la calidad de la información pretendida. Un punto clave en este sentido, fue mostrarnos genuinamente interesadas por todo lo que cada uno de los miembros del colectivo tenía por decir, sin permitir que nuestras concepciones previas nos llevaran a asumir que conocíamos completamente su realidad. Por eso, describimos esta herramienta como una de las más valiosas para nuestro trabajo investigativo.

4.2.1.3. Entrevistas

Por otro lado, se empleó la entrevista, una técnica estructurada que nos abrió las puertas a la obtención de información directa por parte de los involucrados y nos permitió enriquecer nuestra comprensión del colectivo al adentrarnos más profundamente en el contexto, las experiencias, cosmovisiones y perspectivas de los actores que lo conforman.

Estas, por supuesto, se aplicaron bajo una estructura rigurosa y planificada que abrió la posibilidad de indagar en detalles que previamente no habían quedado claros con la aplicación de otras técnicas. Aunque no todas se realizaron de manera presencial, nos proporcionaron elementos valiosísimos en los que pudimos captar matices gestuales y emocionales que nos sumergieron en una comprensión más amplia del lugar e importancia que cada miembro asignaba al colectivo, así como sus sentires, deseos e intereses al ser parte de Un Café Converso.

Esta interacción fue antecedida por un ambiente de confianza que favoreció la sinceridad en sus respuestas y, por consiguiente, la obtención de una visión holística desde diversas perspectivas. Gracias a esta herramienta también fue posible identificar los puntos clave y, por consiguiente, los puntos de mejora y fortalezas organizacionales, los cuales, inicialmente parecían ocultos, pero con cada respuesta, tuvimos la posibilidad de escudriñar en aquellas ramas que conectaban con causas más profundas y que denotaban fallas internas.

De hecho, aunque en el primer momento de la investigación (2022-2) pensábamos que la oportunidad que debíamos impulsar sería de carácter externo, conforme entrevistábamos en 2024-1 a más amigos y miembros de Misión Juvenil Bogotá que hacen parte de Un Café Converso, se hacía más evidente la existencia de problemas internos que no se podían ignorar, los cuales serán socializados más adelante.

Cabe señalar que en esta segunda etapa la mayoría de las entrevistas se realizaron de manera individual y otras fueron grupales. En ambos casos, se caracterizaron por ser de tipo semiestructurada, según lo describe Folgueiras (2016): “es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada”.

En este punto, es importante hacer una distinción de las entrevistas que se llevaron a cabo en los dos momentos, pues los roles ocupados en ambos periodos cambiaron:

❖ **Entrevistas 2022-2:**

Durante este periodo, las entrevistas relacionadas a continuación fueron de tipo individual y se realizaron de manera virtual. Sin embargo, estas fueron grabadas y sus transcripciones se adjuntan como anexos al presente documento.

- **Paula Gutiérrez, líder MJB durante 2022-2:** En esta ocasión, nos orientó sobre el entorno de MJB y también la relación que tienen los pastores supervisores con la misma. Esto nos permitió dar paso a conocer el marco en el que se desenvuelve Un Café Converso luego de entender su procedencia.
- **Andrés Moreno, miembro de MJB que asiste a UCC:** nos brindó información sobre los inconvenientes de comunicación que ocurrían en MJB y la agilidad en la búsqueda de soluciones ante problemas de tipo comunicativo.

- **Mayerly Gómez, líder general de MJB para UCC durante 2022-2:** aclaró varias dudas respecto a los procesos de comunicación llevados a cabo dentro del colectivo, así como el relacionamiento entre supervisores y amigos.
- **Andrea Ramírez, delegada MJB para supervisar UCC:** siendo una de las personas con más trayectoria en el colectivo, nos compartió sus saberes acerca de la estructura organizacional, además de confesar el significado de ese espacio para ella, el propósito del colectivo y también las dificultades que ha evidenciado a lo largo de los años.
- **Sara Escobar, líder UCC:** brindó información sobre lineamientos de relacionamiento y seguimiento al interior del colectivo, las dinámicas e incentivos pensados para los amigos, la caracterización de los asistentes y la transformación vivida por el colectivo después de la pandemia.

❖ Entrevistas 2024-1

A diferencia del primer momento investigativo, estas entrevistas se realizaron de manera presencial; su grabación y transcripción fue autorizada por cada uno de los entrevistados y se presentan como anexos al presente documento.

- **Entrevista grupal a Alejandra Ninco (Líder UCC) y Juliette Díaz (Líder de colectivos UNAL):** Como primera aproximación en este periodo quisimos indagar sobre el proceso que se debe llevar a cabo para consolidarse como proyecto avalado por bienestar de la Facultad de Enfermería de la UNAL, así como los beneficios que esto representa. Además, preguntamos por la nueva distribución de roles, los canales que utilizaban al momento para comunicarse, las nuevas estrategias planteadas para fidelizar a los amigos, el manejo dado a los conflictos presentados últimamente, la preparación de talleres y la percepción que creían que la comunidad académica tenía sobre ellos.
- **Andrea Ramírez, delegada MJB para supervisar UCC:** En esta segunda entrevista con Andrea, quisimos indagar en la historia de UCC, pues había puntos que no estaban del todo claros. Además, nos contó sobre su trayectoria por el colectivo y aquello que la mueve a prestar este servicio. También quisimos conocer su perspectiva sobre los retos que atraviesan como organización, las expectativas frente al tipo de perfil que le gustaría se les uniera y los conflictos presentados al interior. Este último punto fue clave, pues otros miembros previamente entrevistados comentaron que ella sería una de las principales implicadas.

- **Entrevista grupal de Alejandra López, Laura Cuadrado y Jonier Cristancho (amigos que asisten a los talleres UCC):** quisimos indagar un poco más en la percepción que los amigos tenían del colectivo, por lo que las preguntas se orientaron al reconocimiento de las expectativas y motivaciones que los impulsan a asistir, así como aquello que mejorarían para alcanzar a más estudiantes. Un punto importante en este paso fue su opinión sobre qué tan inclusivo y abierto al cambio era el colectivo, así como la manera de solucionar los conflictos presentados.
- **Felipe Reyes, miembro de MJB que asiste a UCC:** creímos importante entrevistarlo porque queríamos conocer su percepción sobre la gestión de un leve conflicto en el que se vio envuelto meses atrás, según el testimonio de otros miembros previamente entrevistados. Sin embargo, aprovechamos la ocasión para indagar en sus motivaciones para asistir, su percepción sobre la inclusividad y las posibles estrategias que sugería para aumentar la visibilidad del colectivo.
- **Laura Valbuena, seguimiento de grupos estudiantiles de la Facultad de Enfermería :** Por último, quisimos evaluar al colectivo desde la perspectiva de bienestar universitario, por lo que las preguntas se elaboraron con el fin de profundizar en la manera que apoyan y promueven la visibilización de los colectivos, miden las necesidades de la comunidad académica, evalúan el impacto de los colectivos que se enfocan en brindar herramientas de salud mental y, por supuesto, cómo era la relación y la comunicación con UCC.

4.2.1.4. Grupo focal

Con el propósito de conocer otras aristas de las situaciones que caracterizan a Un Café Converso, involucramos esta nueva técnica aplicada durante la primera etapa de la investigación, el 4 de noviembre de 2022, contando con la participación de 5 amigos que asisten a los talleres de UCC. La idea era que compartieran su experiencia, encontrar las causas profundas de los problemas que poco a poco se fueron evidenciando, así como descubrir la percepción de las personas frente a los retos y necesidades del colectivo.

Entendiendo su versatilidad, planteamos un par de actividades con el fin de obtener datos de diferente índole. En primer lugar, quisimos entrar en confianza explicándoles el propósito de nuestra investigación, la dinámica y el tipo de información que requerimos. En este caso, decidimos indagar sobre sus motivaciones de permanencia en el colectivo, su grado de satisfacción con las prácticas llevadas a cabo al interior del mismo, el grado de fluidez

percibidas en la comunicación y la apertura a nuevas ideas por parte de los líderes. Todo esto, a través de una entrevista colectiva con libre participación.

Como segundo momento, se entregaron cartulinas para que los participantes pudieran escribir libremente sus opiniones frente al desarrollo de los talleres, el seguimiento que les realizan los miembros de MJB que asisten a UCC, los valores o ideas que comparten y la manera en la que son involucrados, escuchados e incluidos dentro del colectivo.

Fue interesante este ejercicio, pues los amigos participaron activamente y respondieron con facilidad y amplia información las preguntas planteadas. Esto fue posible gracias a la confianza que la moderadora generó en el grupo, pues gracias a su escucha atenta, la conversación fue fluida, dinámica e informal.

Por supuesto, no se pretendió en ningún momento influir u orientar la posición de los participantes, por lo que la moderadora se limitó a pedir aclaraciones, extender las ideas en los casos en los que fue necesario, cambiar de tema e invitar a la discusión colectiva. Mientras una integrante del equipo hizo las veces de moderadora, la otra asumió un papel de observación y anotación del comportamiento de los participantes del ejercicio.

En este sentido, cabe señalar que con esta herramienta también se pudo obtener información extra proveniente de la gesticulación, las posturas y otros aspectos extra verbales relevantes al momento de analizar el intercambio de ideas. De hecho, Escobar y Bonilla (S.f) señalan una de las principales ventajas de esta técnica:

[...] permiten sistematizar la información acerca de conocimientos, actitudes y prácticas sociales que difícilmente serían obtenidas a través de otras técnicas. Así mismo, los grupos focales ofrecen observaciones centradas en los intereses del investigador, y las conclusiones dadas por 2 u 8 personas producirán ideas más nutritivas en significado y contenido, que las hechas a 10 personas en entrevistas individuales.

4.2.1.5. Encuesta

Continuamos nuestro ejercicio investigativo planteando preguntas estructuradas para que fueran respondidas remotamente a través de Google Forms. En el primer formulario nuestro objetivo era obtener amplia información de los amigos sobre su experiencia dentro del

colectivo, haciendo un contraste entre sus percepciones previas y posteriores, así como indagar si habían animado a otros de sus compañeros a asistir a UCC.

El fin último, era identificar patrones de comportamiento o tendencias que ayudaran a enriquecer nuestra comprensión del fenómeno en estudio. Sin embargo, al revisar las respuestas obtenidas el 22/11/2022 por parte de los 8 amigos participantes, nos dimos cuenta de que lo hicieron de forma muy sintética, como si fueran preguntas de tipo cerrado, lo cual nos indicó que omitimos pedir su argumentación para complementar las respuestas.

En la segunda encuesta, realizada el 6 de abril de 2024, pretendíamos reconocer los intereses de los estudiantes UNAL en relación con su participación en grupos y su búsqueda de bienestar emocional. Las preguntas se centraron en conocer su experiencia con grupos de interés, la atracción hacia espacios que promuevan el bienestar emocional, y sus preferencias sobre espacios extracurriculares ideales en la universidad. También investigamos las formas más efectivas de divulgar grupos de apoyo espiritual y el tipo de lenguaje y actividades que les resultan más atractivos y accesibles, incluso para aquellos que no son creyentes.

Cabe señalar que esta herramienta permite obtener datos de modo rápido y tiene la ventaja de aplicarse masivamente para indagar sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez (Anguita, Labrador & Campos, 2003). A diferencia de la entrevista convencional, el encuestado responde sin la intervención de alguna persona para aplicarse, lo cual, en el primer caso, hubiera sido necesario para profundizar en las explicaciones o justificaciones de cada pregunta.

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrand, como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características» (Ferrando, 1993, como se citó en Anguita, Labrador, Campos, 2002, p. 527)

4.2.2. Herramientas de análisis organizacional

Con el propósito de interpretar los datos recolectados mediante las técnicas previamente descritas, así como identificar patrones, relacionar variables y, por supuesto, extraer

conclusiones clave para la investigación, se utilizaron los siguientes instrumentos de análisis:

4.2.2.1. Matriz prediagnóstico de comunicación

Analizar las particularidades de la comunicación de la organización fue un paso primordial para entender los retos que se presentaban en este ámbito. En esta matriz, se identificaron los interlocutores de cada actor, así como aquellas coyunturas que influyen en el relacionamiento, los canales y una breve caracterización de dichas interacciones.

Esta estructura clara y organizada de la comunicación entre los miembros del equipo, por supuesto, también proporcionó una base sólida para el desarrollo de estrategias que impacten positivamente al colectivo.

4.2.2.2 Matriz de realidad comunicacional

Esta herramienta nos permitió sistematizar las diversas realidades, tanto positivas como negativas, presentes en Un Café Converso. A continuación, se detallan los componentes de la matriz:

1. Evidencia de realidades: cada hecho señalado está respaldado por datos que confirman su existencia.
2. Análisis de causas: cada realidad se relaciona con la causa que la origina, lo cual ayuda, a la vez, a contextualizar dicha situación. Estas se clasifican en profundas, si son de tipo estructural, y superficiales, si se puede eliminar en el corto plazo.
3. Tendencias: en esta columna se exploró hacia dónde puede ir esa realidad sino se actúa. Esto, por supuesto, nos permitió identificar y priorizar las acciones más urgentes de acuerdo con la gravedad de las consecuencias.
4. Líneas de acción: se proponen algunas estrategias generales para potenciar las realidades positivas y mitigar las negativas.

Esta matriz, diligenciada en medio de los dos momentos en que se realizó esta investigación, nos brindó una visión amplia del estado actual del colectivo para proponer líneas de acción generales que orientarán y se desglosan en la estrategia principal.

4.2.2.3 Matriz de coherencia

Esta herramienta nos permitió establecer el norte de la investigación al ofrecer un panorama integral de las dimensiones más relevantes que se debían tener en cuenta. Poniendo en perspectiva los objetivos, el desglose de las categorías, el establecimiento de actores y el plan de comunicación estratégica propuesto, pudimos entender de qué manera se conectaban los hallazgos, a la vez que nos permitió establecer relaciones y comprender el tipo de métodos e instrumentos de recolección pertinentes para obtener la información faltante.

Asegurar la alineación y consistencia lógica entre los elementos de investigación presentes en esta matriz de resumen es esencial para garantizar que las decisiones metodológicas empleadas son las adecuadas, además de contribuir a responder la pregunta planteada y clarificar los objetivos del proyecto. Al respecto, Pedraza (2001) afirma:

La matriz de congruencia es una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento.

4.2.2.4. Mapa de relaciones

Esta representación gráfica, que muestra los vínculos y tipo de relación entre los diferentes actores identificados, nos ayudó a entender de qué manera y hacia qué dirección se ejerce el poder, se coopera e influyen unos a otros.

Por otro lado, fue una herramienta valiosa para identificar patrones, áreas que requerían una mayor atención y puntos de conflicto potenciales que afectan la cohesión. Su estructura permitió hacer un análisis de las dinámicas del colectivo, lo cual orientó el rumbo que debíamos tomar en el campo y diseñar estrategias de intervención ajustadas a esta realidad.

4.2.2.5. Modelo de las 6 cajas de Weisbord

Mientras se recopiló información en el campo, era vital contar una herramienta que permitiera sistematizar los datos relacionados con la organización para entender su funcionamiento. En este sentido, el modelo organizacional de las seis cajas de Weisbord fue un gran aliado para poner en perspectiva las

dimensiones clave que definen la realidad de Un Café Converso.

El esbozo de asuntos como los propósitos, la estructura, las relaciones, las recompensas, el liderazgo y los mecanismos útiles nos ayudó a identificar no solo la alineación de la organización con sus objetivos, sino también los puntos que requerían mayor atención.

4.2.2.6. Modelo PESTEL

Esta herramienta nos permitió evaluar factores del entorno externo en el que se sitúa Un Café Converso, los cuales impactan significativamente su desarrollo, directa o indirectamente. Este análisis nos ofreció un panorama amplio para evaluar oportunidades y amenazas que, en algunos casos, no están en control del colectivo, pero se deben tener en cuenta para disminuir su impacto, aprovecharlas y dimensionar la capacidad de acción de UCC.

En otras palabras, Yuksel (2012) señalan la importancia de contar con este tipo de herramientas que permiten responder de manera proactiva a estos factores que influyen en su desempeño:

El análisis Pestel cumple dos funciones: una de estas es ayudar a identificar el entorno en el cual desarrolla sus actividades la empresa; la segunda permite recopilar información que la empresa podrá utilizar para predecir y anticiparse a circunstancias o problemáticas futuras, este tipo de análisis ayuda a que las empresas determinen cómo el macroentorno influirá en las metas y objetivos de la misma. (p. 1)

4.2.2.7. Árbol de problemas

Gracias a esta representación visual pudimos clasificar y concatenar lógicamente los diferentes hallazgos. La estructuración y el análisis de las relaciones causales y efectos nos permitieron aproximarnos, con base en la información recopilada, a los grandes problemas que padecía Un Café Converso.

En definitiva, esta herramienta fue esencial para identificar las principales categorías de nuestra investigación, detectar áreas críticas que requerían mejoras y, sobre todo, confirmar que podíamos abordarlas mediante estrategias que apunten al mismo objetivo, que se socializará después.

En innumerables ocasiones, la primera etapa de la planificación parece obvia y fácil de realizar, sin embargo, para definir bien un objetivo, es necesario haber identificado correctamente el problema que se quiere resolver. (López (2017), citado por González, Sánchez & Hernández, 2023)

4.2.2.8. Estructura desglosada de trabajo (EDT)

Esta herramienta se usó en las etapas finales de la formulación del proyecto, pues consiste en un proceso de descomposición jerárquica en subniveles que facilitan visualizar las estrategias, tácticas y actividades propuestas para abordar el problema principal. Sin embargo, también será un instrumento valioso para el control y seguimiento si se llegara a implementar.

Esta identificación de las tareas, actividades o acciones necesarias es vital para abarcar el alcance esperado. Además, fue la base que nos permitió construir el cronograma de actividades y el presupuesto del proyecto. Por supuesto, emplear esta herramienta trae consigo una serie de ventajas como mejorar la comprensión del trabajo, minimizar omisiones, mejorar la asignación de responsabilidades, entre otras (Alcívar, 2016).

4.2.2.9. Mapa de procesos

Esta herramienta fue utilizada con el fin de tener una perspectiva clara de la organización y distribución de tareas, designaciones y procesos dentro de UCC. Por supuesto, los procesos son una parte inherente a la existencia del colectivo, pues “constituyen los métodos de trabajo empleados por las organizaciones para aportar valor a sus clientes (externos e internos)” (Pardo, 2012, p. 13).

Analizar la distribución de roles, de hecho, fue un elemento fundamental para el presente trabajo investigativo, aportando hallazgos clave para entender algunas dinámicas deficientes

evidenciadas dentro del colectivo. De ahí la importancia de definir cada tarea y actividad, pues se evitará incidencias u omisiones en su ejecución (Pardo, 2012).

En consecuencia, la sistematización de procesos permite alcanzar resultados más precisos, eficientes y cercanos a los objetivos que persiguen las organizaciones. Por eso, la construcción de este esquema nos llevó a entender la importancia de la planeación, la articulación y la coordinación. Sin embargo, antes debe existir una visión compartida por la cual todos los miembros se sientan involucrados y motivados a esforzarse por contribuir al logro de metas.

5. Contexto

5.1. Organización

Para comprender la realidad de Un Café Converso, se estructuró un recorrido jerárquico por su estructura, comenzando por la cabeza de la organización: la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia, seguido de ello se desprende una rama para el evangelismo estudiantil, es decir, Misión Juvenil Bogotá y, por último, uno de sus colectivos y el centro de esta investigación: Un Café Converso.

Organización Iglesia Pentecostal Unida de Colombia (IPUC)

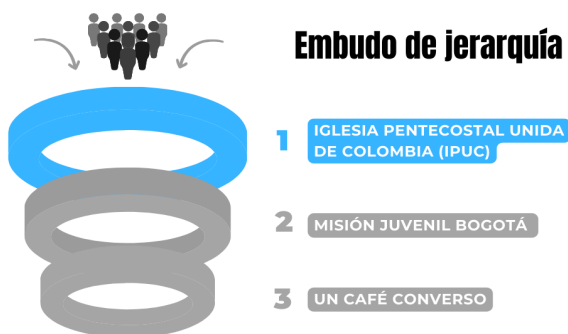


Ilustración 1.

Creación propia - Embudo de jerarquía 1

La información a continuación fue tomada de la página oficial de la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia (2010), la cual está abierta al público. También se complementó con respuestas obtenidas en las entrevistas a los miembros de MJB.

La Iglesia Pentecostal Unida de Colombia (IPUC) es una denominación pentecostal, de creencia unicitaria, es decir, la denominación cree en Jesús

como único Dios y, aparte es autónoma de Colombia, la cual tuvo sus inicios en 1937 con la llegada del misionero danés Aksel Vernel Larsen quien venía por parte de La Fraternidad de Iglesias del Evangelio Completo, del Distrito Marítimo del Canadá; sin embargo, se organizó formalmente en 1939 bajo el nombre de La Iglesia Pentecostal del Evangelio Completo.

La creencia de los fieles se basa en la unicidad de Dios, predicar el evangelio y creen en el bautismo en aguas en el nombre de Jesús y el sello del Espíritu Santo. Sus principales pilares de fe son:

- Creen en un solo Dios viviente, eterno, infinito en poder, Santo en naturaleza, atributos y propósitos; y que posee divinidad absoluta e invisible.
- Para ellos la fe es el resultado de oír o recibir el evangelio de la gracia de Dios.
- Creen que Jesús es Dios.
- Creen que Jesucristo es verdadero Dios y hombre.
- Creen en el bautismo en agua por inmersión.
- Creen en el bautismo del Espíritu Santo.
- Creen que la Biblia es inspirada por Dios.

En la actualidad existen 5.016 congregaciones distribuidas en 35 distritos a nivel nacional. Cuentan con una membresía de 5.290 pastores, 29 obras misioneras y 36 misioneros distribuidos en 43 países.

Logo



Ilustración 2: Imagen de la página de IPUC

Lema General

“Un señor, una fe, un bautismo”

Lema Nacional - Anual

“PERMANECE”

Misión (IPUC)

Su misión es: "Id por todo el mundo y predicad el evangelio a toda criatura.
Marcos 16:15”

Visión (IPUC)

Su visión es: Alcanzar a todos los que podamos; ganar a todos los que alcancemos; formar a todos los que ganemos y usar a todos los que formemos.

Cuerpo organizacional

La IPUC está conformada por el cuerpo ministerial de pastores y feligresía.

Dentro de su estructura organizacional, se posee una primera autoridad denominada la Asamblea de Pastores, este es un evento anual en donde se reúnen todos los pastores a nivel nacional para compartir información, tomar decisiones y mantenerse al tanto de la situación general de toda la Iglesia.

En segunda autoridad se encuentra el Consistorio de Ancianos, un grupo de pastores que lideran distintas áreas del trabajo espiritual. Para comenzar está el presidente, el pastor Héctor Campuzano, seguido de él se encuentran dos vicepresidentes: el pastor Exdra Barranco y el pastor Edilberto Ortiz; luego se encuentra el pastor Héctor Betancur a cargo de la secretaría; en la parte de finanzas está el pastor Oscar Restrepo y en el área de misiones extranjeras lidera el pastor Vicente Arango; así mismo, el pastor Fernando López también lidera las misiones pero solamente las que son a nivel nacional; y por último se encuentra el pastor

Angelmiro Camacho en el ámbito de educación cristiana y el pastor Fernando Sierra en el área de obra social.

La IPUC maneja distintos comités para organizarse y desenvolverse en sus deberes de la mejor manera, los comités son los siguientes:

Comités

- ❖ Misiones extranjeras: Se encargan de predicar el evangelio y cumplir el mandamiento divino: que se establezca el reino de Dios en todos los lugares de la tierra, rescatando a los perdidos a través del poder del mensaje de Jesucristo. Junto con ello, establecer iglesias donde sea necesario, orientar y dirigir el trabajo de todos los participantes en la obra misionera.
- ❖ Mujer IPUC: Nutren la participación de las mujeres dentro de la organización en las mismas áreas que los hombres a excepción del pastorado, se dividen en comités distritales llamados “Damas Dorcas”.
- ❖ Fundación Educación Cristiana Pentecostal: Tiene como objetivo la promoción, difusión y formación de la persona en principios y valores cristianos, de conformidad con los fundamentos bíblicos, así como colaborar en el desarrollo secular, profesional y vocacional del individuo para que pueda prestar un mejor servicio a Dios, la familia, la iglesia y la sociedad.
- ❖ Fundación Obra Social Unida: Ofrecen asistencia y desarrollo social en Colombia, para la dignificación de las personas sin distinción de género, edad o creencia; mediante el aporte humanitario y la asistencia social, la educación para la transformación y el desarrollo; a través de la educación, direccionamiento en formulación, gestión y ejecución de proyectos productivos que logren su desarrollo integral; siguiendo el ejemplo de Jesús en su relación con los necesitados.
- ❖ El Herald de La Verdad: Medio de comunicación digital encargado de evangelizar, formar e informar con temas doctrinales para el

crecimiento espiritual de los creyentes. Es el órgano oficial de la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia, su manejo y publicación se encuentra a cargo del Comité Nacional de Comunicaciones (DECOM).

- ❖ Misiones Nacionales: Tiene el propósito de llevar y anunciar el evangelio a personas que necesitan ayuda, usando como herramienta principios y valores Bíblicos fundamentados en el temor a Dios, formando personas integrales para la sociedad. Este trabajo se realiza a través de pastores y líderes capacitados, espiritual e intelectualmente. Organizados por comités distritales, quienes coordinan todas las actividades evangelísticas del país.
- ❖ Áreas de trabajo:
 - o Evangelismo Asuntos Étnicos
 - o Evangelismo Carcelario
 - o Evangelismo Estudiantil (Misión Juvenil)
 - o Población Sorda
 - o Instituciones Públicas e INPEC
 - o Población Vulnerable
- ❖ Conquistadores Pentecostales: El efecto de la palabra de Dios en el corazón de los primeros jóvenes que escucharon el mensaje del evangelio fue contundente, surgió la necesidad de la organización del trabajo, motivando a las pocas congregaciones locales a la creación de espacios para atenderlos con actividades y mensajes bíblicos del contexto juvenil, por ende, se crea este comité. Allí supervisan, apoyan y brindan líderes regionales para Misión Juvenil tanto en Bogotá como en distintas ciudades del país.

5.2. Misión Juvenil Bogotá



Ilustración 3 - Creación propia - Embudo de jerarquía 2

La siguiente información fue tomada del plan de trabajo organizado por la directiva 2022 – 2024 de Misión Juvenil Bogotá, el acceso del documento y el envío de este fue autorizado por el líder Andrés Moreno para contribuir en la indagación de este trabajo.

Organización Misión Juvenil Bogotá

Según la guía metodológica para la salud mental y la encuesta nacional de salud mental del Ministerio de Salud (2017) se perciben carencias afectivas en la población infantil: solo el 51,5% viven con sus padres biológicos y el 18,3% de los jóvenes entre los 12 a los 18 años han sido expuestos a diferentes formas de violencia. En los casos reportados de uso de sustancias psicoactivas, el inicio de consumo se presenta cada vez a edades más tempranas (aproximadamente 11 años). Respecto a la ansiedad el 52,9% de los jóvenes presentan uno o más síntomas de ansiedad y el 19,7% reportan cuatro o más síntomas de depresión, lo que es “estadísticamente significativo”.

De igual manera, hay un aumento en los casos de intento de suicidio en adolescentes y adultos jóvenes (MINSALUD, 2018). En la Universidad Nacional, específicamente en la facultad de ingeniería, hay un alto índice de

deserción debido a la depresión y problemas afectivos. En la Universidad Jorge Tadeo Lozano y en la Universidad Distrital hay casos reportados de intentos de suicidio. En redes sociales conformados por los estudiantes de la Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito se reportaron en el semestre 2019-2 alrededor de 20 casos de intento de suicidio. Nuestros compañeros enfrentan distintas situaciones como duelos, abusos sexuales, problemas familiares, problemas socio afectivos que hacen necesaria la intervención más allá del aula de clase.

Por todo esto MJB acepta la labor y la responsabilidad de fortalecerse en sus capacidades de atención en el área socioemocional, para brindar soluciones y atención a los jóvenes que lo requieran y busquen ayuda.

Misión Juvenil Bogotá es un programa cristiano conformado por diferentes líderes y profesionales, quienes de manera voluntaria y sin ánimo de lucro, se han unido con el fin de aportar en la formación y rescate de principios y valores en la sociedad colombiana. Su trabajo se orienta hacia la población en procesos educativos.

Esta organización realiza actividades de ***orientación y prevención de riesgos psicosociales*** en colegios e instituciones de educación superior, desarrollando estrategias constructivas, enfocadas a la problemática actual de los jóvenes y adolescentes, trabajando en conjunto con padres, maestros y todos aquellos que tengan procesos de formación estudiantil.

Además, Misión Juvenil Bogotá es una rama de evangelismo

estudiantil y está conformada por colectivos que son grupos de trabajo. Cada colectivo pertenece a una institución distinta donde se les ha abierto puertas para llevar a cabo su labor.

Las instituciones académicas de educación superior en las que están vigentes son las siguientes:

- Universidad Nacional de Colombia
- Universidad Jorge Tadeo Lozano

- Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- Universidad Pedagógica Nacional
- Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito
- Universidad de La Salle
- Fundación Universitaria Los Libertadores
- Universidad Santo Tomás
- Universidad Católica de Colombia
- Universidad de los Andes
- Universidad del Rosario
- SENA
- Pontificia Universidad Javeriana
- Universidad la Gran Colombia
- Corporación Universitaria Minuto de Dios

Así que, MJB se compone de 15 colectivos vigentes en Bogotá; en 15 universidades, públicas y privadas, hay un colectivo que representa a Misión Juvenil Bogotá.

Y estos son algunos de los colegios en donde se ha trabajado:

- Colegio León XIII
- Colegio León XIII (Sede Chiloé)
- Colegio Manos Unidas

- Colegio Gianni Rodari
- Colegio Gimnasio Espartano
- Colegio Futuro del Mañana
- Colegio León XIII Jornada Mañana
- Liceo Psicopedagógico San Pablo

Misión

Dar a conocer la necesidad que el ser humano tiene de Dios y el plan de salvación a la población estudiantil, manteniendo la unidad entre los creyentes que asisten a las instituciones educativas.

Visión

Lograr un crecimiento integral en el servicio y el liderazgo de los miembros de las iglesias locales de manera articulada a la labor en universidades, colegios e instituciones educativas.

Lema 2023 – 2024

En todo tiempo (2 Timoteo 4: 1 – 2)

“Predica la palabra; persiste en hacerlo, sea o no sea oportuno; corrige, reprende y anima con mucha paciencia, sin dejar de enseñar.”

Objetivo General de MJB

Impactar con el mensaje de salvación a los estudiantes pertenecientes a colegios, instituciones de educación superior (universidades e instituciones tecnológicas) y demás de la ciudad de Bogotá y sus alrededores, mediante

estrategias evangelísticas en diversos espacios donde confluye la comunidad educativa.

Objetivos Específicos de MJB

- Lograr que más amigos acepten a Cristo como Salvador y Señor y lleguen a las aguas bautismales, a recibir el Espíritu Santo y ser integrados en el trabajo.
- Abrir nuevas obras en diferentes instituciones educativas y consolidar las existentes.
- Promover un ambiente de unidad y colaboración en el trabajo en el área metropolitana de Bogotá y municipios de influencia de la región.
- Fortalecer el trabajo evangelístico generando espacios de capacitación para los miembros de Misión Juvenil en temáticas como: Bienvenida, Integración y Seguimiento (BIS), evangelismo creativo y misiones para alcanzar a la población estudiantil de manera óptima y eficiente.
- Realizar un proceso de seguimiento continuo y diligente con el fin de articular este trabajo a Reunión Familiar (REFAM).
- Realizar seguimiento a los miembros de Misión Juvenil Bogotá con respecto a su bienestar espiritual, emocional y material (foráneos).
- Establecer a Misión Juvenil Bogotá como un referente en cuanto a evangelismo estudiantil en el país.

5.3. Un Café Converso, colectivo de la Universidad Nacional de Colombia



Ilustración 4 - Creación propia - Embudo de jerarquía 3

El colectivo Un Café Converso está ubicado en la Universidad Nacional de Colombia, por ende, comenzaremos dando un breve contexto de esta institución académica para luego llegar a nuestro objetivo de investigación.

La Universidad Nacional de Colombia (UNAL)

Fundada el 22 de septiembre de 1867, es la principal institución de educación superior pública del país y una de las más importantes de América Latina. Se estipula mediante la expedición de la Ley 66 del Congreso de la República, como un ente universitario con autonomía vinculado al Ministerio de Educación Nacional, con régimen especial, público y perteneciente al Estado.

Su objetivo ha sido promover el desarrollo científico, cultural y social de Colombia. A lo largo de su historia, ha jugado un papel crucial en la formación de profesionales competentes y en la promoción de la investigación y la innovación. Con una comunidad universitaria que supera los 50,000 estudiantes y cerca de 3,000 profesores, la universidad se destaca por su compromiso con la excelencia académica y la inclusión.

Está organizada en varias sedes distribuidas en diferentes regiones del país,

facilitando una cobertura educativa amplia y diversa. Las sedes principales incluyen Bogotá, Medellín, Manizales y Palmira. La sede de Bogotá es la más grande y alberga 11 facultades, abarcando disciplinas como Ciencias, Artes, Ingeniería, Ciencias Humanas, Medicina, entre otras.

Actualmente, la UNAL está atravesando una crisis debido a la reciente elección del nuevo rector, José Ismael Peña, el 21 de marzo de 2024. La comunidad universitaria ha manifestado su inconformidad con el proceso electoral, expresando falta de transparencia al desconocer los resultados de la consulta que daba como ganador al profesor Leopoldo Múnera. Este suceso, ha fomentado una serie de protestas en la zona y la declaración de un paro indefinido desde el 4 de abril de 2024, pausando las actividades tanto académicas como administrativas de la institución.

Esta crisis no afectó tanto a Un Café Converso, pese a la falta de clases presenciales que convocaban a los estudiantes a la universidad diariamente, este grupo escogió reinventarse en medio de esta coyuntura y seguir realizando sus talleres aun cuando podían parar como otros proyectos; pero el colectivo optó por mantener su compromiso de estar presente para los estudiantes independientemente de las circunstancias que se presenten en la institución.

El paro está establecido como indefinido hasta ahora, no obstante, los talleres se seguirán realizando, lo que lleva al grupo a proponer nuevos temas hasta que la normalidad regrese a la institución y puedan culminar el semestre 2024–1 con éxito.

Esta coyuntura, que es una situación común en esta institución educativa en muchas ocasiones por diversas razones, se tomará en cuenta para la estrategia por lo que puede afectar la implementación de esta en el futuro.

5.3.1. Un Café Converso

El colectivo juvenil Un Café Converso es un proyecto estudiantil anexo a Bienestar Universitario de la facultad de Enfermería, de la Universidad Nacional de Colombia; aunque hace parte de Misión Juvenil Bogotá, este colectivo también ha logrado vincularse con la dependencia gerencial administrativa de Bienestar Universitario, y junto al Programa de Gestión de Proyectos (PGP) se les da espacio para hacer talleres en un salón de la facultad de Enfermería. PGP tiene como norma enviarles un formulario anual de registro de proyectos estudiantiles, ese formulario viene con una plantilla en Excel donde se especifican los rubros económicos y el presupuesto que maneja el proyecto, dentro de esos rubros en los que ha trabajado Un Café Converso son los de materiales de suministros que es toda la parte de materiales de papelería, hojas de blog, cartulinas, marcadores y todo lo que se puede llegar a utilizar en el proyecto. Ahí mismo en material de suministro hay un ítem que son los refrigerios, para ello se otorga también un rubro económico.

Cabe aclarar que, en la UNAL hay una excepción particular porque las estadísticas de la página web de la institución informan de la existencia de 57.058 estudiantes matriculados, una cifra muy difícil de abarcar netamente desde un solo colectivo, por lo que los integrantes de Un Café Converso decidieron expandirse y crear dos estrategias para realizar el evangelismo estudiantil: Pasa La Voz y Entre Razón y Religión.

Nos enfocaremos en Un Café Converso, dicho colectivo está formado por jóvenes estudiantes de la UNAL pertenecientes a Misión Juvenil Bogotá (MJB), y se considera un brazo evangelístico de la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia. De este colectivo nos llamó la atención el enfoque con el cual relaciona el evangelismo estudiantil, si bien mencionan temas espirituales también se dialoga sobre el bienestar emocional y mental de las personas que participan en sus actividades.

En línea con lo anterior, es crucial destacar que la dinámica de Un Café Converso se centra en encuentros semanales durante cada semestre donde se ofrecen talleres a estudiantes interesados, en un salón de la facultad de Enfermería facilitado por Bienestar Universitario. Estos talleres se conciben como un oasis de catarsis para contrarrestar el estrés inherente a la carga académica y las adversidades cotidianas que enfrentan los estudiantes. Por

tanto, abordan aspectos relativos al cuidado de la salud mental, emocional y espiritual, presentando a Jesucristo como una figura sanadora y una fuente de apoyo integral desde su experiencia personal. A la vez, es común que los integrantes de MJB pertenecientes a Un Café Converso recolecten fondos para cubrir los gastos requeridos cuando se les termina el rubro económico de \$1.300.000 pesos (anuales) que les brinda Bienestar Universitario, conviene subrayar que están quienes dan ofrendas voluntarias y otras personas que regalan el refrigerio para suplir este aspecto.

Como mencionamos, para inaugurar estos encuentros, se emplean dinámicas de integración que fomentan la confianza entre los participantes. Luego, se ofrece una charla focalizada en el tema del día, a menudo con la participación de expertos relacionados con la materia tratada; por ejemplo, si el tema es la ansiedad, invitan a un psicólogo cristiano cualificado. Tras esta sesión, se propicia un espacio de interacción social donde se promueve el apoyo mutuo y se comparten consejos, todo ello mientras se disfruta de un refrigerio.

Es relevante subrayar que estos talleres son el punto de partida de un proceso en el cual los participantes, al mantener una asistencia constante, se adentran gradualmente. El objetivo del colectivo es que los asistentes desarrollen un interés creciente por fortalecer tanto sus habilidades emocionales como espirituales, al punto de sentir el deseo de dar el siguiente paso: asistir a la REFAM Juvenil Nacional.

El programa virtual de REFAM se inicia para dar seguimiento a los amigos que asisten a los talleres, para que así se les pueda hablar sobre el mensaje de salvación en el que creen los pentecostales, pero de manera personalizada. Con esto se busca guiar a los amigos para que hagan preguntas bíblicas y se les pueda responder; y continúen al siguiente paso que sería el deseo voluntario del bautismo en el nombre de Jesús. Cuando el amigo acepta querer bautizarse, los miembros del colectivo se encargan de ubicarlo en la congregación de la IPUC más cercana a su vivienda para que pueda comenzar a congregarse allí, lo que da pie a que reciba las denominadas clases bautismales; estas son clases grupales o personalizadas que brinda cada pastor en su debida congregación a los interesados en el bautismo en el nombre de Jesús.

En estas reuniones se explican las doctrinas de la IPUC, las prácticas que realizan, se resuelven inquietudes que puedan tener los amigos y se da la bienvenida formalmente a la IPUC el día que se realiza este bautismo en agua. Dicho ritual se practica comúnmente durante algún culto en la congregación al que pertenece tanto el amigo como el pastor, allí se le recuerda al amigo, según estas creencias, que está siendo bautizado para el perdón de sus pecados y que tiene la promesa de recibir el don del Espíritu Santo. Luego de que el pastor recite esta información ante todos los creyentes, bautiza al amigo invocando el nombre de Jesús. Desde ese momento exacto esta persona pasa a ser “un hermano en Cristo” dentro de esta comunidad religiosa, pues es este término con el cual se dirigen entre todos los integrantes de la IPUC.

A partir de aquí, los nuevos miembros comienzan a vivir su vida espiritual bajo las enseñanzas y mandamientos de la Biblia, cada persona es responsable de mantenerse fiel a Dios y crecer día a día en su espiritualidad. Luego de este proceso y cuando los hermanos hayan recibido el don del Espíritu Santo que brinda Dios, ellos pueden comenzar a servir en algún cargo dentro de la congregación a la que asisten e incluso también en extensiones de las misiones nacionales como lo es Misión Juvenil Bogotá.

Se entiende que esta organización la forman 41 jóvenes de MJB y algunos que no son de MJB, aquí referimos a 62 amigos aproximadamente entre el 2023 y 2024. Los activos en Misión Juvenil Bogotá se dividen las tareas de la directiva del colectivo, cuando se requiere colaboración para que alguien se encargue del rompehielos, alguien de la enseñanza del taller, alguien del refrigerio y alguien de la recolección de datos de los nuevos asistentes, para ello los integrantes están dispuestos a participar.

Cada semestre ellos manejan diversas temáticas en los talleres, y para la elección de estos realizan una lluvia de ideas con todos los integrantes de Un Café Converso (tanto miembros de MJB como los amigos), esto lo realizan para conocer cuáles son los temas de interés según los entrevistados y de allí elegir los que más se mencionan; es decir, se seleccionan por parte de la directiva del colectivo por mayoría. Tienden a pensar títulos que inquieten al público y se animen a acompañarlos en sus reuniones, como se muestra en el

siguiente documento elaborado por la directiva.

Los talleres los realizan cada quince días los viernes a las 2:00 p.m. en el salón 301 de la facultad de Enfermería; en la UNAL, y cada quince días los miércoles a las 6:00 pm en el mismo salón. La entrada a la universidad es gratuita y sencilla, así que las personas externas no tienen dificultades para que puedan asistir.

En cuanto a nivel estratégico, la organización Un Café Converso maneja una selección de líderes que cambia de integrantes cada año y que toma las decisiones importantes sobre las actividades y proyectos que se realizarán durante ese año. Cuando se regresó a la presencialidad luego de la pandemia por COVID-19, la directiva del colectivo empezó a ejecutar una estrategia de observación de la participación activa de los jóvenes; precisamente por medio de la observación y análisis constante en los talleres, se dieron cuenta de que los jóvenes también se comunicaban a través de sus emociones y su corporalidad; notaron que los participantes demostraron afinidad o disgusto al escuchar ciertos temas o participar en algunos comentarios respecto a los talleres. Por ende, la directiva decidió reunirse constantemente para dialogar sobre los procesos de observación y determinar cuáles temas les interesaba más a los asistentes según las reacciones que estos tenían durante los espacios.

Por lo anterior, decidimos analizar a profundidad el colectivo con el modelo de las seis cajas de Weisbord, este nos permite mapear 6 aspectos fundamentales para el correcto análisis de la organización a nivel interno. Además, nos permite comprender mejor las diferentes áreas del colectivo y entender cómo es su funcionamiento interno.

1. Propósitos: *¿Dentro de qué organización nos encontramos y a dónde quieren llegar?*

El colectivo juvenil Un Café Converso es una organización sin ánimo de lucro, entre los sectores empresariales o económicos que se manejan en el país, pertenece al sector terciario o de servicios debido a que brinda bienestar

emocional y espiritual. Se centran en fortalecer las habilidades socioemocionales de los estudiantes de la UNAL por medio de los valores de la universidad para trabajar la salud mental, emocional y espiritual de los estudiantes.

Junto con ello, pretenden llegar a toda la comunidad universitaria y su meta es que los temas que se tratan en los distintos talleres y/o conversatorios sean aplicados en el día a día de las personas que asisten a estos, con el objetivo de que sea un aporte satisfactorio para sus vidas. Teniendo en cuenta que la organización no es exclusivamente de corte evangelístico, igualmente sí atraviesa el pensamiento religioso/pentecostal en sus actividades y/o talleres, pero sin pasar la línea de realizar proselitismo religioso dentro de las instalaciones.

Por consiguiente, los miembros de MJB integran sus experiencias personales con Dios cuando están participando, así como lo menciona Mayerly, quien fue la líder del colectivo en el 2022, a continuación:

nosotros todos los temas los terminamos conectando con la Biblia, no en términos de pues, como tratar de inculcarle a la gente eso de la Iglesia y esto, sino el tema espiritual, les estamos hablando en la sanidad emocional a través de Jesús, que es lo, que es como nuestro tema principal en Café Converso. G.
Mayerly (comunicación personal, 3 de noviembre de 2022)

2. **Estructura:** *¿Cómo nos dividimos el trabajo?*

Para comenzar este apartado, es clave aclarar la complejidad de jerarquía que maneja este colectivo, ya que depende de una organización mucho más grande, así que empezaremos desde la Iglesia hasta llegar al colectivo. En un primer lugar, se encuentra la primera autoridad que es la Asamblea General de Pastores, de allí le sigue el presidente quien es el pastor Héctor Campuzano, le siguen los dos vicepresidentes el pastor Esdras Barranco y el pastor Edilberto Ortiz, luego de ellos se encuentran el secretario Héctor Betancur, y los demás pastores que lideran cada uno las siguientes áreas: Oscar Restrepo en finanzas, Vicente Arango en Misiones Extranjeras, Fernando López en Misiones

Nacionales, Angelmiro Camacho en Educación Cristiana y Fernando Sierra en Obra Social.

Es precisamente en el área de Misiones Nacionales que se desprende el comité nacional de Conquistadores Pentecostales, el cual está conformado por el presidente nacional el pastor Alex Quinceno, le sigue el vicepresidente el pastor Geiner Ortega, luego está el secretario nacional el pastor Josué García, a continuación, está el director de finanzas el pastor Michael Álvarez y por último el vocal nacional el pastor Jhon Martínez.

Partiendo de allí, Misión Juvenil Bogotá se desprende del comité de los Conquistadores Pentecostales quienes supervisan y apoyan esta labor. Se distribuyen los colectivos que conforman MJB en varias universidades públicas y privadas a nivel nacional. Así llegamos a Un Café Converso; el colectivo de la UNAL, que posee una directiva que gestiona todo lo que se realiza allí. En un primer lugar está Andrea Ramírez delegada de MJB para Un Café Converso, ella es el puente entre la directiva de MJB y el colectivo para solicitudes y/o necesidades, en segundo lugar está quién es la líder de los colectivos de MJB de la UNAL, entre ellos UCC; Juliette Díaz, luego se encuentra Alejandra Ninco, líder de UCC durante el 2024, seguido de ellas ya están los demás integrantes que forman parte de Misión Juvenil Bogotá y están vinculados en la Universidad Nacional, quienes apoyan el trabajo realizado allí. Y por último los amigos, quienes asisten y participan en los talleres.

Alejandra entonces es quien lidera, escucha y gestiona todo lo que se ejecuta en Un Café Converso, pero de la mano trabaja con dos miembros de MJB en la UNAL pertenecientes a la facultad de enfermería, quienes colaboran en el cronograma de temáticas para los talleres y manejan la base de datos para traer talleristas.

Los demás integrantes del colectivo aportan su servicio voluntario para colaborar en las distintas actividades que planea la directiva, en tal caso de que se requiera su apoyo.

Organigrama completo

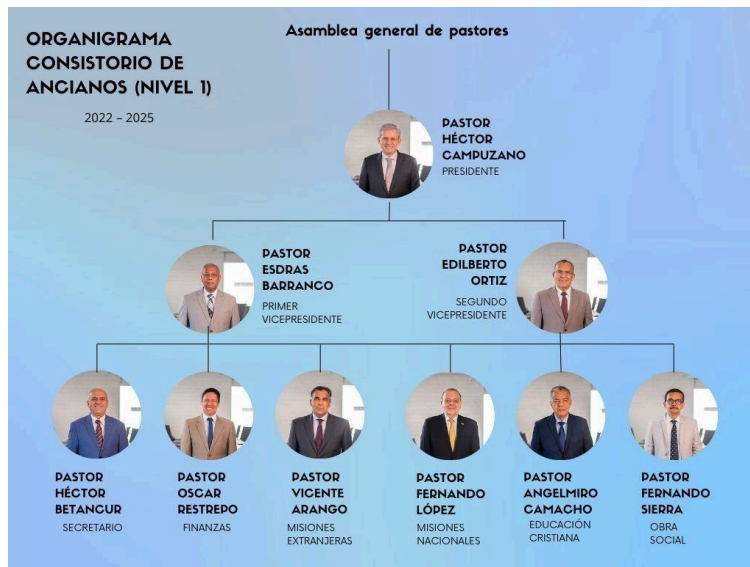


Ilustración 5. Creación propia - organigrama nivel 1



Ilustración 6. Creación propia - organigrama nivel 2



Ilustración 7. Creación propia - organigrama nivel 3



Ilustración 8. Creación propia - organigrama nivel 4

Entendiendo la estructura de roles comprendida desde la IPUC hasta UCC, nos pareció importante diseñar un mapa de procesos como herramienta complementaria para sistematizar y analizar la información relacionada con las funciones que desempeña cada miembro. Emplearla fue fundamental para este trabajo investigativo, pues nos permitió verificar el nivel de coordinación y cooperación en su interior como ruta que orienta su accionar.

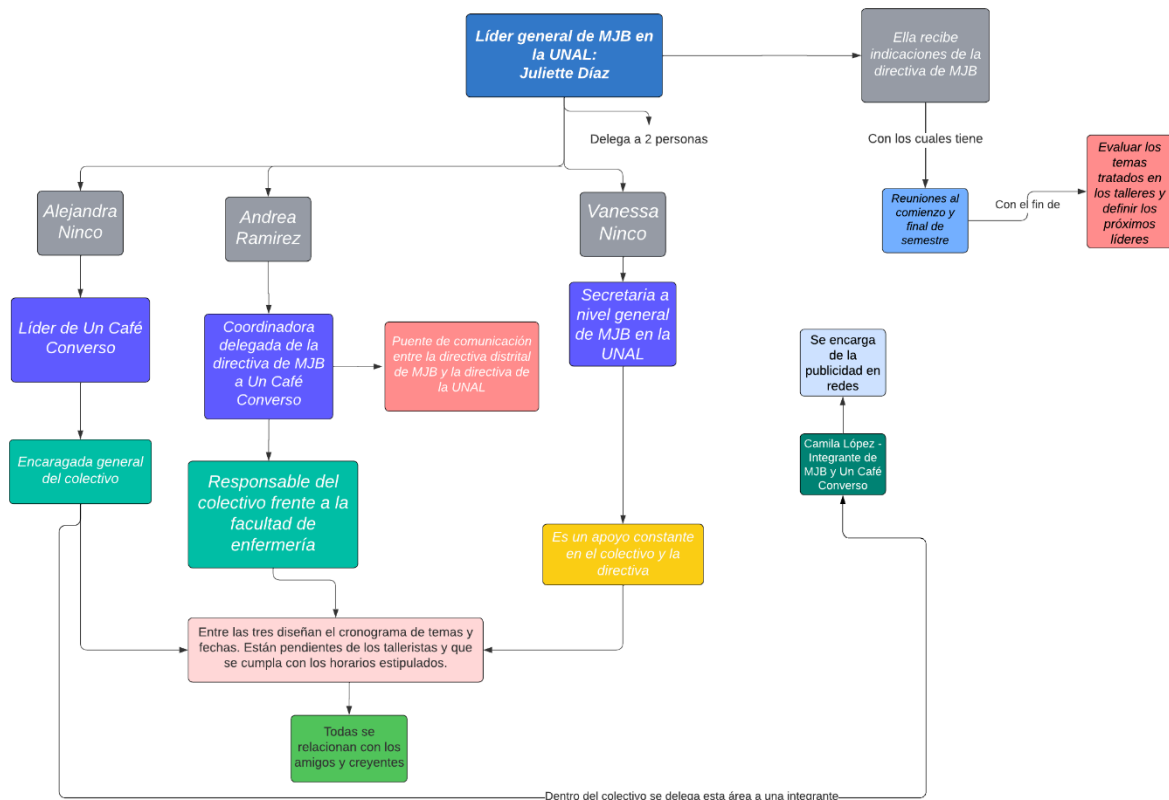


Ilustración 9. Creación propia - Mapa de procesos

3. Recompensas: ¿Todas las tareas necesarias tienen incentivos?

En el colectivo, la principal motivación es llegar a los jóvenes de la UNAL para atender sus necesidades y poder brindarles un lugar de socialización donde puedan ser ellos mismos y conozcan la forma de acercarse a la necesidad que los seres humanos tienen de Dios, según su misión y basada en la creencia de su religión. Principalmente, se puede observar como un incentivo para los amigos los temas tratados y el cómo influye en sus vidas, la idea es que se sientan atraídos por los talleres y se animen a permanecer.

En segundo lugar, otra motivación para los amigos es la idea de tener un **“lugar seguro”** como uno de ellos lo menciona:

“A mí me gusta de Un Café Converso que puedo descansar de todas las cargas de la semana, entonces eso es algo muy positivo, también me siento en familia, me siento como en confianza, es como un espacio muy mío” J. Contreras (comunicación personal, 4 de noviembre de 2022).

Además de compartir las experiencias con otros jóvenes y sentirse cómodos con lo que se trata allí. Asimismo, Jonier Cristancho de la facultad de ingeniería y quien asiste ocasionalmente a UCC menciona que *“es un ambiente grato, me siento bien recibido, puedo compartir o puedo reírme. Y, a pesar de que son temas que lo cogemos con gracia, sin embargo, pues tienen su reflexión.”* J. Cristancho (comunicación personal, 15 de marzo de 2024).

De igual manera, el tema de los refrigerios y el tiempo de esparcimiento que ofrece el colectivo al final de cada taller podría llegar a ser otra motivación para que los amigos vayan a los talleres, pues se genera la inquietud de lo que van a dar y a hacer luego de las charlas. Así mismo, al finalizar cada semestre el colectivo premia a los amigos con base a ciertas categorías establecidas, por ejemplo, premian al más activo durante todos los talleres, felicitan con un premio al que nunca faltó a ningún taller o al que mostró mayor compromiso con las actividades, entre otras categorías. Lo cual acaba siendo una motivación para que los demás se involucren más en el colectivo mediante estas dinámicas.

Los festejos y celebraciones entre los miembros se presentan con cierta frecuencia, suelen considerar los cumpleaños de algunos integrantes y sus logros personales, cuando les va muy bien en algún trabajo o se gradúan de su carrera. Aquí resaltamos el hecho de que dentro de la organización estas acciones no son consideradas como recompensas en su totalidad, sino que son interpretadas así por nosotras con base a las entrevistas y el ejercicio de análisis que hemos estado llevando a cabo durante este trabajo.

4. **Mecanismos útiles:** *¿Contamos con tecnología de coordinación apropiadas?*

En el salón de la facultad de Enfermería de la UNAL habilitado por Bienestar Universitario para el colectivo donde realizan los talleres cuentan con un computador, un proyector y conexión a internet en tal caso de que alguna actividad o la charla requiera un medio digital para desarrollarse de la mejor manera. Junto con ello, aprovechan las redes sociales para promocionar la publicidad de los talleres y estar al tanto con los integrantes del colectivo por medio de WhatsApp. La tecnología les permite fortalecer estos lazos entre ellos, e igualmente cuentan con el apoyo de los equipos por parte de la UNAL así que es de gran utilidad para ellos.

5. **Relaciones:** *¿Cómo manejamos el conflicto (nos coordinamos) entre la gente?*

En Un Café Converso la idea principal es generar los espacios de diálogo, por lo general y a menudo, se discuten los temas a tratar y hablan entre la directiva del colectivo para tomar decisiones. Es muy poco común que entre la directiva del colectivo haya desacuerdos profundos, ya que ponen sobre la mesa la opinión de los demás para analizarlo y coordinarlo. A pesar de que no existe un protocolo o manual para manejar los inconvenientes dentro de UCC, el diálogo y la participación de todos es la herramienta principal que se utiliza en el momento de cualquier “conflicto”, así como lo menciona Alejandra Ninco a continuación:

“yo lo que hago es que hablo con las 2 personas, pero aparte digo como a una persona la saco aparte y le digo como oye ¿qué pasó? ¿Cómo te sentiste? ¿Qué dijiste? ¿Explicame? saco a la otra persona, le hago exactamente las mismas preguntas, trato un poquito de identificar cómo de quién es el problema y porque igual uno no sabe si le están diciendo mentiras o si no o sea eso también pasa, dependiendo la longitud del problema se escala, sino simplemente es un poco como que hablé con cada una y ya entonces como que bueno, háblense, o sea pasa esto, no pasó nada ya todos y trato como un poquito, como de minimizar todo en un buen sentido, o sea como que es algo del momento, nos equivocamos y ya, o sea, ya nada pasa. Entonces yo soy muy fan como de tratar de solucionarlo en el momento si ya si

es algo grave, o sea, pues uno lo mide, si es grave si buscar” A. Ninco (comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Con respecto al tipo de relacionamientos del colectivo con los amigos, no existe ningún tipo de manual o advertencia que imponga a los miembros activos de MJB hablar de alguna u otra manera con los amigos. Hay temas y términos que utilizan específicamente los integrantes del colectivo creyentes y tratan de no mencionar o pasar por alto para no presionar o convencer a los amigos y también, porque los talleristas son los que los mencionan y los tratan con más cuidado.

6. Liderazgo: *¿Alguien está manteniendo **el equilibrio** entre las cajas?*

El colectivo cuenta con la presencia de la autoridad principal: Andrea Ramírez, delegada de Misión Juvenil Bogotá en Un Café Converso, encargada de coordinar entre MJB y el colectivo las necesidades o solicitudes del mismo. Además, ella es la representante de este proyecto estudiantil frente a bienestar universitario de Enfermería, ya que, para ser un grupo estudiantil de bienestar, el estudiante que postule el proyecto debe pertenecer a esta facultad.

A continuación, está Juliette Díaz, líder de los colectivos en la UNAL ella es la encargada de apoyar y estar al pendiente de Un Café Converso, y a sus dos estrategias derivadas, también considerados colectivos: Entre Razón y Religión, y Pasa la voz.

La líder del colectivo es Alejandra Ninco, ella es la persona asignada para tomar decisiones, gestionar y organizar los talleres del colectivo. Además, a su lado trabajan dos estudiantes de la facultad de Enfermería: Sara Escobar y Carol Martínez, quienes apoyan en organización y planeación para presentar la propuesta del proyecto anualmente frente a bienestar universitario de Enfermería.

El colectivo enfrenta una incertidumbre regular relacionada con el relevo generacional. Cada vez que el representante de enfermería se gradúa, como

egresado no puede seguir abogando por el proyecto estudiantil, por lo que otro estudiante de enfermería debe asumir este rol para mantener la vigencia del colectivo. Aunque hasta ahora no ha sido necesario pausar las actividades por falta de un representante, es natural que surja incertidumbre cuando el representante actual está cerca de graduarse y no hay otro miembro de la iglesia en la facultad de enfermería para tomar su lugar.

Finalmente, es importante aclarar que todos los líderes asignados a estos roles deben ser miembros activos de la IPUC y haber pasado por un proceso de formación y liderazgo previamente. Esto asegura el equilibrio en el trabajo que realizan dando respuesta al propósito natural del colectivo, pero también a los objetivos que se plantean frente a bienestar universitario.

5.3.2. Entorno

Después de analizar internamente la organización de Un Café Converso, es vital considerar el entorno en el que está ubicada. Esto permite una visión estratégica para la ejecución de las actividades planteadas por el colectivo, además que enriquece la construcción de la estrategia propuesta por parte del equipo consultor.

El análisis PESTEL nos ayuda a identificar las oportunidades y amenazas del entorno externo que puedan afectar de alguna manera a la organización. Al ser consciente de estos factores, Un Café Converso puede anticipar los cambios en el entorno, aprovechar las oportunidades que surjan y prepararse para enfrentar las amenazas en el futuro.

Además, este análisis también apoya la toma de correctas decisiones en pro del bienestar tanto del colectivo como de sus integrantes, puesto que al contar con esta información se tendrá el criterio para considerar todos los factores que podrían afectar a la organización.

Al proporcionarnos una visión general del entorno, facilita la planificación estratégica que profundice en los factores externos que puedan influir en el colectivo. Por lo tanto, al tener clara esta información es posible el diseño de planes estratégicos alineados con su contexto, asegurando que las actividades a realizar y los objetivos por alcanzar sean viables, oportunos y realistas.

A continuación, nuestro análisis PESTEL para el colectivo Un Café Converso:

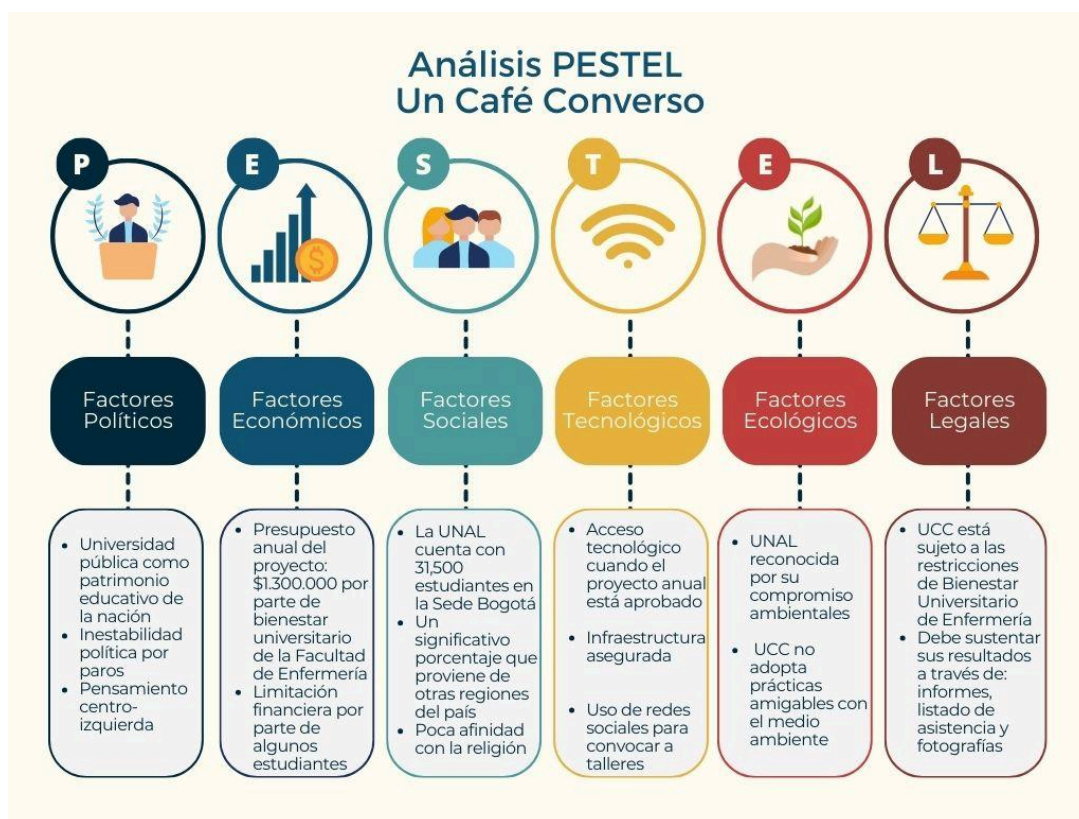


Ilustración 10 - Creación propia PESTEL

Factores políticos

Café Converso se encuentra sumergido en un contexto retador al ser parte de una de las universidades públicas más importantes del país caracterizada por su pensamiento de centro izquierda en el que coexisten diversas posturas. En este sentido, también cabe señalar la interrupción constante de las actividades académicas a causa de paros estudiantiles, lo cual puede afectar la asistencia normal de los amigos a los talleres que desarrolla el colectivo.

Factores Económicos

Un Café Converso recibe un presupuesto anual de \$1.300.000 por parte de Bienestar Universitario de Enfermería para financiar materiales y refrigerios de los talleres. Cabe

señalar que en el proyecto al que están adscritos deben justificar estos costos por medio de un informe de rendición de cuentas. En este sentido, se evidencia la existencia del apoyo económico al colectivo gracias a los recursos y espacios con los que cuenta la Facultad de Enfermería.

Por otro lado, la situación económica que viven algunos estudiantes puede limitar su disponibilidad de tiempo para asistir a actividades extracurriculares al tener que asumir otras responsabilidades para mantener su estabilidad financiera.

Factores sociales

La Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá cuenta con aproximadamente 31500 estudiantes de los cuales un significativo porcentaje proviene de otras regiones del país. Esta diversidad geográfica y cultural es para el colectivo, por un lado, una oportunidad para ofrecer un apoyo integral a aquellos estudiantes que se encuentran lejos de sus hogares; y por el otro, un reto frente a la poca afinidad que pueden tener algunos estudiantes con la religión.

Factores tecnológicos

El colectivo cuenta con acceso a internet y a herramientas tecnológicas que apoyan el desarrollo de sus talleres siempre y cuando Bienestar universitario de enfermería apruebe su propuesta anual de proyecto. Sin embargo, como el proceso de aprobación tiende a ser demorado, se les garantiza el préstamo de un espacio, aunque no siempre cuenta con los mismos beneficios tecnológicos. En esta dimensión también es importante resaltar el aprovechamiento digital de las redes sociales de UCC para promocionar sus actividades.

Factores ecológicos

La UNAL cuenta con políticas ambientales que la han llevado a posicionarse en el tercer lugar a nivel nacional en UI GreenMetric World University Rankings 2020. No obstante, esta cultura de sostenibilidad no es vinculante en los grupos estudiantiles como UCC el cual no se

preocupa por la adopción de prácticas de bajo impacto ambiental.

Factores legales

Un Café Converso debe cumplir regulaciones y políticas de la UNAL y de bienestar que, por un lado, pueden llegar a limitar su libertad de expresión al interpretar su discurso como proselitismo; y por el otro, los compromete a demostrar sus resultados por medio de una serie de evidencias, entre las que se encuentran registros fotográficos y una lista de asistencia de los participantes de cada taller con previa autorización del tratamiento de datos.

5.3.3. Comunicación

La comunicación no consiste meramente en la transmisión de mensajes o información, pues traspasa lo instrumental y se ubica en la construcción de significados compartidos. En la cotidianidad es inevitable relacionarnos y vincularnos con el otro, pues compartimos escenarios, generamos conversaciones y, en algunos casos, perseguimos los mismos objetivos. Uranga

La fuerza de este tejido, por supuesto, depende de muchos factores que la afectan directa o indirectamente. Es decir, elementos como el entorno, los intereses, los rasgos de cada actor, las expectativas y los sentires influyen significativamente en la calidad y profundidad de las interacciones.

La humanidad se ha caracterizado por la conformación de grupos según intereses, valores, objetivos o ideas compartidas, los cuales generan claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura (Uranga, 2012)

Los miembros del colectivo juvenil Un Café Converso no son la excepción. Su conformación denota ideas y valores que los convoca semanalmente para celebrar la identidad que han construido desde hace 8 años, tal como lo describe Uranga (2012):

Del mismo modo lo pueden hacer los movimientos, grupos y organizaciones porque en su quehacer cotidiano van conformando una experiencia colectiva, constituyendo la cultura y de esta manera, construyendo la trama de una historia que nos contiene a todos y a todas. Una trama que es objeto de interpretación por parte de los sujetos participantes pero también por los analistas u observadores externos.

Cabe señalar que, a pesar de que los miembros de UCC tienen mucho en común, como su interés por la salud mental, el reforzamiento de la espiritualidad, la celebración de su identidad cristiana, entre otros, cada miembro tiene objetivos y expectativas diferentes respecto al colectivo. Por eso mismo, es interesante ver cómo los líderes entienden la diversidad que habita en el interior del colectivo y se esfuerzan por generar dinámicas que incluya a todos los interesados.

Este respeto por la diversidad y el interés por llegar a más estudiantes que necesitan equilibrar las dimensiones de su ser, sin importar si son o no creyentes, se ve reflejado en varios elementos: el lenguaje con el que se expresan en los talleres, el interés que demuestran en los amigos que los acompañan en sus reuniones, los temas de interés general que eligen de acuerdo con las necesidades de la comunidad académica, entre otros.

En los talleres no expresan abiertamente, a manera de presentación, su postura cristiana. Sin embargo, debido a que muchos de los asistentes forman parte de MJB, es común escuchar expresiones como “según la Biblia”, “hermano”, “Jesús nos dice”, entre otras palabras propias de la religión que profesan.

Sin embargo, más allá de chocar con los nuevos amigos que los acompañan en cada taller, para muchos de ellos resulta enriquecedor escuchar posturas diferentes a las suyas, pues hace que en cada encuentro surjan múltiples reflexiones desde diferentes perspectivas que nutren la conversación. Además, reiterando, en ningún momento se sienten excluidos o juzgados por el tipo de opiniones expresadas, lo que convierte al colectivo en un lugar acogedor, divertido y práctico en el que son reconocidos.

El sentirse parte del colectivo se evidencia en la forma en la que todos se integran de manera natural en las actividades, conversaciones y el tipo de relaciones que manejan al interior, las cuales se caracterizan por ser de carácter horizontal e informal. Durante la realización de los

talleres la mayoría de los asistentes se interesan por participar en los rompehielos y en los espacios de conversación que genera cada tallerista.

En cada encuentro también se evidencia que tanto amigos como miembros de MJB en UCC, normalmente, tienden a cuidar la manera en la que expresan sus opiniones, especialmente si saben que puede generar controversia, diferir de la de otros o tocar aspectos sensibles. Esto sucede principalmente entre los líderes y los encargados de cada taller, pues saben que deben ser ejemplo de tolerancia, respeto y escucha.

De otro lado, la asistencia es motivada por medio de diferentes medios como su grupo de WhatsApp, sus historias en Instagram y, de vez en cuando, los grupos de Facebook de la UNAL. En estos canales se publican piezas que contienen el nombre del taller (no tan literal, sino de manera dinámica y divertida) y a Nachito, el personaje animado que desde hace años acompaña sus comunicaciones como representación del estudiante promedio Cabe apuntar que el lenguaje de estas comunicaciones es informal, coloquial y descomplicado con el fin de conectar con la comunidad académica.

Sin más preámbulo, reconociendo que los miembros de Un Café Converso, por un lado, están en constante diálogo y relacionamiento con otros actores que forman parte del entorno en el que se encuentran inmersos y, por el otro, habitan unas realidades que los afectan directa e indirectamente, presentamos a continuación una serie de herramientas que aportan a la comprensión general de estos fenómenos.

5.3.3.1. Mapa de relaciones y actores

Acudimos a esta técnica de análisis de actores clave y su relacionamiento con el propósito de comprender varios aspectos importantes para llegar a proponer un plan estratégico que realmente impacte a gran parte de los involucrados, aliviando las tensiones existentes y, por supuesto, contribuyendo a la cooperación y la persecución de objetivos comunes.

Este esquema, en el que sintetizamos principalmente la información obtenida a través de entrevistas y de la observación participante, nos permitió evidenciar patrones de relacionamiento, problemas de cohesión, puntos de conflicto que requieren atención

prioritaria, las direcciones hacia donde fluye el poder y, por supuesto, las redes de apoyo que conforman:

Tabla de convenciones

Roles		Vínculo	
	Directivo		Confianza
	De coordinación		Relación fuerte
	Táctico		Colaborativa
	Estratégico		Amistosa
	Apoyo		Subordinación
	Participante		Alianza
	Espectador		Rechazo

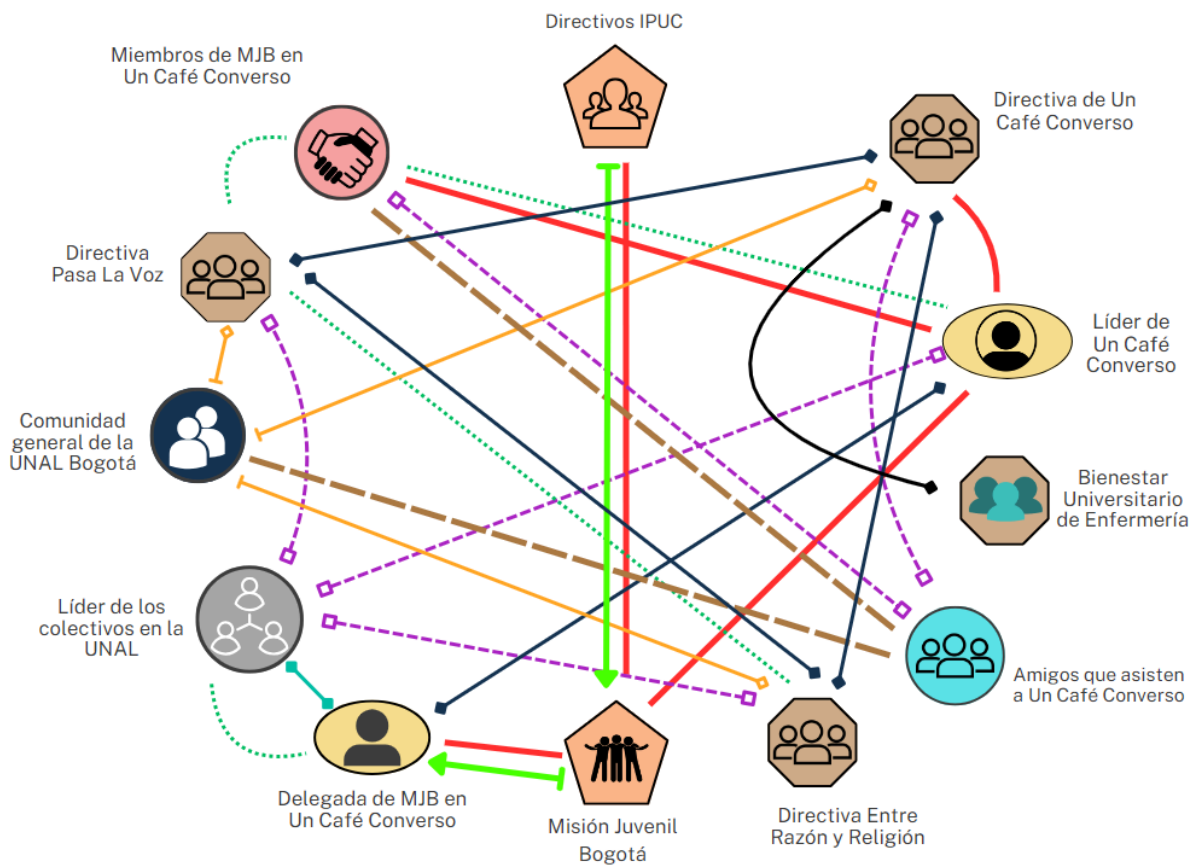


Ilustración 11. Creación propia. Tabla de convenciones

Ilustración 12 - Creación propia - Mapa de relaciones y actores

5.3.3.2 .Matriz de prediagnóstico comunicacional

El gráfico presentado previamente ofrece un panorama general del tipo de vínculo que caracteriza a los actores que hacen parte de la realidad de UCC. Sin embargo, es necesario precisar con mayor detalle lo que sucede al interior de cada relación, pues así se puede apreciar de mejor manera la dinámica que se desarrolla en estos intercambios. Esta herramienta fue clave para entender y caracterizar la calidad de su comunicación, así como para identificar aspectos a mejorar.

MATRIZ PREDIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN					
Actores	Con quién se comunica	Contexto	Canales	Lenguajes y códigos	Fujos
Directiva de Misión Juvenil Bogotá	Directivos de la IPUC (Iglesia Pentecostal Unida de Colombia)	La directiva de MJB cambia anualmente sus miembros según sea necesario, dichos cambios los supervisa la directiva de la IPUC	Reuniones presenciales	<ul style="list-style-type: none"> Formal Oral De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Vertical Participativo
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Informal Visual 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional horizontal
	Líder de Un Café Converso	El líder de Un Café Converso cambia anualmente, por ende se evidencian cambios en el desarrollo del trabajo anualmente.	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Informal Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Vertical
	Directiva de Un Café Converso	En caso de ser necesario, anualmente se cambian los miembros de la directiva de Un Café Converso, esto lo supervisa la directiva de Misión Juvenil Bogotá	WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Horizontal
	Líder de los Colectivos en la UNAL	El líder cambia anualmente y la directiva de Misión Juvenil Bogotá está atenta a los cambios	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Oral Formal Asertiva 	<ul style="list-style-type: none"> Vertical Participativo Cuando se requiera
			Reuniones presenciales y virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Escrita Cálida Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Concisa Constantemente
Líder de los Colectivos en la UNAL	Líder de Un Café Converso	No aplica	Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Coloquial Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Semanal Participativo
			WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Visual Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Bidireccional Semanal
	Directiva Colectivo Pasa la Voz	El líder está al tanto de los cambios de los miembros y/o plan de trabajo en la directiva del colectivo Pasa La Voz	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrita Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Bidireccional Cuando se requiera
			Programas de Evangelismo	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Participativo Annual
			Reuniones presenciales y virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal Coloquial 	<ul style="list-style-type: none"> Participativa Horizontal
	Directiva Entre Razón y Religión	El líder está al tanto de los cambios de los miembros y/o plan de trabajo en la directiva del colectivo Entre Razón y Religión	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrita Informal Flexible 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Participativo Quincenal
			(Espacios de diálogo)	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Interactivo Horizontal Quincenal
			Reuniones presenciales y virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Participativo Horizontal Trimestral
	Miembros de apoyo Un café Converso	Los miembros de apoyo Un Café Converso sirven en los distintos colectivos voluntariamente al igual que el líder de los colectivos en la UNAL	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrita Informal De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Semanal Asertiva
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Visual Coloquial 	<ul style="list-style-type: none"> Participativo Horizontal
	Secretaria de un Café Converso	No aplica	Reuniones presenciales o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Oral Flexible Formal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Bidireccional Semanal
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Horizontal Semanal
Talleres			<ul style="list-style-type: none"> Oral Coloquial De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Participativo Semanal Horizontal 	

Directiva Pasa La Voz (Colectivo)	Líder de un Café Converso	No aplica	Reuniones presenciales y virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal • De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Participativo
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> □ Escrito □ Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinámico • Bidireccional • Semanal
			Programas de evangelismo	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativo • Horizontal
	Miembros de apoyo de Un Café Converso	<p>1. Los miembros de apoyo Un Café Converso contribuyen en lo que necesite Pasa La Voz.</p> <p>2. Los miembros de apoyo de un Café Converso y los miembros de Pasa La Voz deben pertenecer a la IPUC.</p>	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Cuando se requiera
			Programas de evangelismo	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Bidireccional • Cuando se requiera
Directiva de Entre Razón y Religión (Colectivo)	Miembros de apoyo de Un Café Converso	Debido a que en un Café Converso hay más integrantes, estos deben brindar servicios y acompañamiento en las actividades del colectivo Entre Razón y Religión.	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Interactivo • Semanal
			Espacios de diálogo	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Coloquial 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexible • Participativo
	Líder de Un Café Converso	N/A	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal • De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Participativo • Semanal
			Espacios de diálogo	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexible • Dinámico
Directiva de Un Café Converso	Miembros de apoyo de Un Café Converso	Un requisito para formar parte de Un Café Converso como miembro de apoyo y/o de la directiva es el tener un buen comportamiento (Ser íntegro, responsable, mostrar el amor de Dios con el ejemplo)	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal • De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Horizontal • Activo
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • De confianza • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinámico • Semanal • flexible
Directiva de Un Café Converso	La estructuración del plan de trabajo se debe realizar anualmente	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativo • Semanal • Horizontal 	
		Reuniones presenciales o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Trimestral • Propositiva 	
Líder de Un Café Converso	Coordinador de MJB en Un Café Converso	N/A	Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal • De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Semanal • Interactivo
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Informal • De confianza • Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> • Bidireccional • Horizontal • Bidireccional • Horizontal
	Secretaría de Un Café Converso	El/la secretario(a) de un Café Converso debe adaptarse a los lineamientos establecidos por cada nuevo líder del colectivo, el cual cambia anualmente. Por lo que su nivel de organización y responsabilidad es vital para llevar a cabo lo planeado.	Grupo de WhatsApp Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Coloquial • Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativo • Horizontal • Flexible
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Informal • Oral 	<ul style="list-style-type: none"> • Bidireccional • Horizontal • Propositivo
	Amigos que asisten a Un Café Converso	N/A	Grupo WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • De confianza • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Horizontal • Abierto
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • De confianza • Coloquial 	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Horizontal • Abierto
Coordinador MJB en un Café Converso	Directiva de Un Café Converso	El coordinador es el mediador entre la directiva de Un Café Converso y la directiva de MJB para las solicitudes o servicios que necesiten	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Escrito • Informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Horizontal
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Coloquial
	Líder de los colectivos en la UNAL	Tienen una relación de apoyo, especialmente en lo relacionado con servicios para las actividades que lo necesiten. Esto debido a que ambos tienen cargos de dirección.	Reuniones presenciales o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Informal • De confianza • Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Quincenal • Bidireccional • Semanal
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • Coloquial • De confianza • Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Cuando se requiera • Bidireccional

	Secretaria de Un Café Converso	N/A	Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Escucha activa Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Semanal Participativo
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrita De confianza Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Cuando se requiera Coloquial
Secretaria de Un Café Converso	Directiva de Un Café Converso	Anualmente se renuevan ambos roles, por lo que las partes deben adaptarse a las nuevas dinámicas de los miembros	Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Semanal Horizontal
	Amigos que asisten a Un Café Converso	Juega un papel fundamental para la consolidación y sistematización de la base de datos que maneja Un Café Converso	Reuniones presenciales o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Trimestral
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral informal De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Interactivo Semanal horizontal
			Grupo de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito informal 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Cuando se requiera Flexible
Miembros de apoyo en Un Café Converso	Líder de Un Café Converso	Constantemente hay intenciones de crecimiento por parte de los miembros de apoyo en un Café Converso con el fin de llegar a formar parte de la Directiva o ser líderes, ya que es común que anualmente haya una rotación generacional en la que los cargos son ocupados por nuevas personas.	Reuniones presenciales y/o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Informal Oral 	<ul style="list-style-type: none"> Participativo Flexible Horizontal
			Grupo WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Informal escrita 	<ul style="list-style-type: none"> Interactivo Bidireccional
				Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal
	Coordinador de Un Café Converso	Tienen una relación de apoyo, especialmente en lo relacionado con servicios para las actividades que se requieran.	Reuniones presenciales o virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Informal Oral Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional De confianza Flexible
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Coloquial De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Semanal Participativo Horizontal
	Amigos de Un Café Converso	Los asistentes constantes usualmente son parte del grupo de amigos de los miembros de apoyo de un Café Converso. En este sentido, se evidencia que el voz a voz a círculos sociales cercanos es una de las mejores estrategias de invitación a los talleres.	Grupo WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Visual Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Dinámico Horizontal Bidireccional
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Oral Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Semanal Abierto Participativo
Amigos que asisten a Un Café Converso	Con los siguientes cargos de Un Café Converso: <ul style="list-style-type: none"> Directiva de Un Café Converso Líder Coordinadora Secretaria Miembros de apoyo 	Al ser los amigos, las personas que asisten a los talleres de Un Café Converso, que pueden compartir o no las mismas creencias religiosas que los integrantes cristianos, se comunican con los actores mencionados por medio de los mismos canales. Usualmente los amigos que asisten a los talleres no conocen a profundidad el propósito del colectivo, debido a que, por políticas de la universidad, no se permite divulgar abiertamente la postura religiosa de este tipo de grupos.	Grupo de WhatsApp "Un Café Converso"	<ul style="list-style-type: none"> Escrita Cálida Visual 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Asincrónica Bidireccional
			Página de Instagram	<ul style="list-style-type: none"> Informal Escrita Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Asincrónica Participativo Semanalmente
			Página de Facebook	<ul style="list-style-type: none"> Informal Escrita Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> Bidireccional Asincrónica Semanalmente
			Mailing	<ul style="list-style-type: none"> Formal Escrita 	<ul style="list-style-type: none"> Unidireccional Asincrónica
			Talleres	<ul style="list-style-type: none"> Informal Oral Escrita De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Horizontal Semanalmente Participativo Sincrónico
Bienestar Universitario	Líder de Un Café Converso	Un requisito indispensable para que la Universidad continúe brindando el espacio es que el miembro del colectivo que presente los papeles de vinculación anual debe pertenecer a la facultad de enfermería.	Encuentros presenciales	<ul style="list-style-type: none"> Oral Formal Concisa 	<ul style="list-style-type: none"> Cuando se requiera Vertical
Comunidad en general de la UNAL Bogotá	Amigos	Es común que existan situaciones de resistencia por parte de la comunidad general UNAL debido a prejuicios asociados con la religión, lo cual evita que se integren al colectivo.	Clases y actividades presenciales	<ul style="list-style-type: none"> Informal Oral Escrita De confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Participativo Dinámico Flexible
	Bienestar Universitario	Semestralmente Bienestar en el espacio de inducción para que los colectivos se presenten ante los nuevos estudiantes y así asegurarse de que los reconozcan y aprovechen en sus espacios extracurriculares.	Volantes informativos sobre el colectivo	<ul style="list-style-type: none"> Escrito Informal Conciso 	<ul style="list-style-type: none"> Semestralmente Dinámico Unidireccional

5.3.3.3. Matriz de realidad comunicativa

La realidad de UCC no es lineal; está habitada por escenarios positivos y negativos sobre los cuales, en muchas ocasiones, no tiene control el colectivo, pero sí le afectan. Sin duda, es importante plantear algunas propuestas que contribuyan a mitigar su impacto o a impulsar su

desarrollo, en caso de que se perciba como positiva. Por eso, la matriz que se presenta a continuación ayuda a comprender algunas situaciones propias del panorama cambiante que caracteriza a UCC, siendo útil para abordarlas de manera efectiva.

Matriz de realidad comunicativa						
REALIDADES		DATOS	CAUSAS		TENDENCIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN
POSITIVAS	NEGATIVAS		PROFUNDAS	SUPERFICIALES		
	La participación de los estudiantes UNAL a los talleres realizados por el colectivo Un Café Converso no es la deseada	De 97 personas invitadas (Vía grupo de WhatsApp) asiste menos de la mitad.	Las personas que asisten al colectivo Un Café Converso piensan que pueden volverse creyentes de esa doctrina. En la actualidad, los jóvenes se mantienen al margen de los asuntos relacionados con religión por escándalos, prácticas o posturas con las que no se sienten identificados. Tendencia juvenil a cuestionar las creencias y tradiciones establecidas, lo cual diversifica su punto de vista frente a la religión	Desacuerdo con la metodología o el relacionamiento de los talleres con asuntos religiosos (Ajustarla) Tendencia a quedarse con opiniones formadas frente a la religión sin ánimo de explorar o corroborar	Baja participación por parte de los amigos	1.Llevar a cabo una estrategia de motivación para los amigos para que sigan asistiendo e inviten a más personas a conocer el colectivo, sin el compromiso de tener que creer en cierta doctrina religiosa. 2.Promover activamente en el campus, mediante la publicación de información sobre sus actividades y talleres, en sitios web universitarios, boletines informativos, redes sociales y otros medios de comunicación estudiantil. 3.Organizar eventos de bienvenida y orientación al comienzo de cada semestre donde un Café Converso y los demás colectivos tengan la oportunidad de presentarse y atraer nuevos miembros. 4.Integrar al colectivo en actividades estudiantiles más amplias, como ferias de clubes, eventos culturales y deportivos, para aumentar su visibilidad y atraer a estudiantes interesados 5.Impulsar la creación de programas y eventos que promuevan la comprensión y el respeto por la diversidad religiosa en el campus, lo que puede ayudar a reducir la estigmatización y aumentar la aceptación de los grupos religiosos.
Cierta cantidad de amigos* (estudiantes UNAL que asisten seguido a los talleres de Un Café Converso) que asisten al colectivo Un Café Converso son persistentes		Casi siempre asisten los 20 amigos a los talleres de Un Café Converso	Quieren ser parte de la organización a largo plazo Están interesados en fortalecer su espiritualidad con la orientación de la esta organización	Les gusta los talleres por sus rompehielos, talleres y actividades. Les genera un espacio seguro Los temas que se abordan en los talleres son de interés para los amigos que asisten a los talleres de un Café Converso	Nuevos integrantes de MJB y por ende, miembros activos de la IPUC	1.Generar espacios de diálogo y seguimiento con los amigos perseverantes para saber realmente si desean participar más activamente de MJB y su organización, e incentivarlos a seguir aprendiendo y compartiendo en Un Café Converso. 2.Continuar creando un ambiente de confianza y comprensión donde los amigos y colaboradores se sientan cómodos compartiendo sus preocupaciones y recibiendo apoyo. 3. Animar a los amigos a asumir roles de liderazgo y responsabilidad dentro del grupo, lo que les brinda una sensación de pertenencia y contribución significativa. Así como permitirles participar activamente en la planificación y organización de actividades también para aumentar su compromiso. 4.Estar atento a las necesidades cambiantes de los miembros y amigos para adaptar las actividades. Por lo que es necesario escuchar activamente sus inquietudes y sugerencias.
Los espacios de planeación de estrategias de visibilización son constantes		Semestralmente se realizan reuniones para elaborar estrategias de acercamiento e invitación para estudiantes UNAL a asistir a los talleres	El colectivo quiere que más jóvenes encuentren en este espacio un refugio para lidiar con sus preocupaciones del día a día mientras fortalecen su fé Los Directivos quieren fortalecer el vínculo de los asistentes que comparten sus creencias	1. Las actividades que se proponen deben ser lo suficientemente atractivas para despertar el interés en más miembros de la UNAL 2. Todas las personas que están detrás del colectivo Un Café Converso buscan brindar herramientas útiles para la vida de los jóvenes de la UNAL, que les ayude a enfrentar los retos de una mejor manera y contribuya a que vivan una vida plena.	El voz a voz y las estrategias planteadas harán que más jóvenes puedan encontrar en un café converso un lugar donde se sientan identificados, puedan explorar su espiritualidad mientras hacen nuevas amistades y adquieren herramientas útiles para vivir su cotidianidad.	1.Adoptar estrategias inclusivas que se centren en valores compartidos 2. Organizar actividades sociales que no estén centradas únicamente en aspectos religiosos, tales como, deportes, excursiones, juegos, voluntariados. 3. Fortalecer los espacios de discusión abiertas y respetuosas donde los jóvenes puedan compartir sus pensamientos, dudas y perspectivas. 4. Involucrar al grupo en servicio comunitario para construir un sentido de contribución a la sociedad
La Universidad, a través de bienestar, brinda un espacio para realizar las actividades de Un Café Converso		Bienestar le asignó un espacio fijo al colectivo para realizar sus encuentros en la facultad de enfermería, y también brinda materiales de apoyo cuando se necesite	La universidad está comprometida con el apoyo a grupos estudiantiles para el esparcimiento extracurricular La universidad debe promover la libertad religiosa y la inclusión	1. Este tipo de espacios fortalece las habilidades interpersonales de los estudiantes y, por lo tanto, pueden favorecer su rendimiento académico y crecimiento persona 2. La universidad percibe este tipo de grupos como espacios donde los estudiantes puedan explorar y fortalecer su identidad religiosa, así como recibir apoyo emocional y social de personas que comparten sus creencias y valores.	Acceso a nuevos y diversos espacios dentro de la UNAL que enriquezcan la vida cultural dentro del campus y refleje los valores universitarios	1.Posicionar de manera estable este grupo estudiantil con el fin de obtener reconocimiento dentro de la población estudiantil 2. Promover el diálogo interreligioso y la comprensión intercultural no solo para apoyar a grupos religiosos en el campus, sino también para facilitar el intercambio de ideas y la colaboración entre personas de diferentes tradiciones religiosas, promoviendo así el respeto mutuo y la coexistencia pacífica.
Los amigos no tienen claro el propósito del colectivo por políticas de la UNAL.		En talleres o inducciones ante la pregunta ¿Conoces el propósito de Café Converso? los asistentes mayormente lo relacionan con un lugar de esparcimiento y socialización, pero no perciben su propósito evangelizador.	La UNAL no permite que los grupos estudiantiles promuevan abiertamente posturas religiosas o políticas dentro de la institución. La UNAL pretende mantener una postura de neutralidad religiosa para garantizar que todos los estudiantes se sientan bienvenidos y respetados, independientemente de su afiliación religiosa o creencias personales.	A pesar de que en ocasiones se da a entender el enfoque espiritual del colectivo, la mayoría de amigos no se interesan por profundizar en el origen o propósito de Un Café Converso. Se pretende fomentar un ambiente donde se valoren y respeten todas las creencias religiosas por igual, promoviendo así la diversidad religiosa y el diálogo sin generar tensiones.	Los amigos que asisten constantemente o se sienten vinculados emocionalmente pueden sentirse engañados cuando descubran que el propósito principal del colectivo se orienta hacia la evangelización, lo cual puede chocar con su identidad o posturas.	Crear una mesa de diálogo entre los implicados que permita debatir y llegar a acuerdos frente al conocimiento del propósito del colectivo y los intereses de la UNAL

6. Problema, necesidad u oportunidad

6.1. Pregunta orientadora

Con base a toda la información recolectada y analizada en los anteriores apartados, planteamos nuestra pregunta orientadora para darle un énfasis mucho más centrado a nuestro plan estratégico. Así pues, seguiremos desarrollando este trabajo bajo la siguiente incógnita:

¿De qué manera la comunicación estratégica potencia la construcción de una comunidad de sentido dentro del colectivo Un Café Converso?

6.2. Objetivo general

Consolidar la comunidad de sentido del colectivo UCC a través de la comunicación estratégica para lograr el fortalecimiento organizativo interno que impulse el cumplimiento de sus objetivos.

6.3. Objetivos específicos

1. Comprender los sentidos que motivan a todos los integrantes de Un Café Converso (creyentes y no creyentes) a reunirse en este espacio de bienestar.
2. Analizar las dinámicas de relacionamiento interno que actualmente existen en Un Café Converso.
3. Fortalecer la comunidad de sentido de UCC a través de la propuesta de un plan estratégico de comunicación.

6.4. Problema, necesidad u oportunidad

Un Café Converso enfrenta una serie de problemas interconectados que afectan su funcionamiento y crecimiento. Uno de los problemas principales que posee es la falta de asignación de roles claros y eficientes entre los miembros del colectivo. Esta falta de organización también se refleja en la falta de límites en

las funciones de la delegada de MJB, lo que genera una dependencia de los miembros de MJB hacia ella. La ausencia de roles y funciones definidos, más la dependencia hacia una sola persona crean un ambiente en el que los miembros no se apropian al 100% de sus responsabilidades dentro del colectivo.

Además, partimos del hecho que, Bienestar Universitario de Enfermería plantea restricciones en relación a posturas políticas, ideológicas o religiosas impartidas en los espacios de grupos estudiantiles, por lo tanto, esto permite que los integrantes de MJB en UCC se cohiban de compartir libremente su credo, igualmente dificulta la construcción de una comunidad de sentido.

Por otro lado, identificamos que la falta de identificación de las habilidades de quienes gestionan los talleres de UCC es otro problema importante. Sin una evaluación adecuada de las habilidades comunicativas y cualidades de liderazgo, es difícil asignar responsabilidades de manera efectiva y acorde para cada perfil de estudiante. Así mismo, se analizó que algunos de los miembros de MJB en UCC no están lo suficientemente capacitados para realizar los talleres de manera profesional, esto afecta la calidad y desarrollo de las actividades. Lo cual, puede desembocar en la desmotivación de los nuevos asistentes y una percepción alterada del valor del colectivo, esto contribuye a una baja retención de los estudiantes y poca recomendación del espacio.

Otro aspecto problemático es la falta de estrategia de comunicación efectiva, puesto que, quienes gestionan los talleres no han estudiado a profundidad su público objetivo, tanto en la facultad de Enfermería como el resto del campus, por lo que se traduce en campañas y publicidad que no alcanzan el impacto deseado, ni se atraen a nuevos miembros de manera significativa. Los líderes del colectivo y algunos amigos afirmaron que existe una estigmatización del colectivo en la comunidad frente a su base cristiana lo que significa una falta de reconocimiento y participación en los talleres.

De igual manera, en la parte interna se detectaron un par de desacuerdos y perspectivas distintas entre algunos líderes del colectivo sobre la proyección

del alcance del mismo y el cumplimiento de sus objetivos. En este caso, la falta de consenso estratégico crea una dificultad para la implementación de una visión unificada para UCC. Igualmente, se detectó que el área de BIS requiere fortalecerse, puesto que presenta una carencia de apoyo estructural para los miembros, lo que disminuye el correcto seguimiento de los amigos y su permanencia en el proyecto estudiantil.

En resumen, la falta de asignación clara de roles, la dependencia hacia la delegada de MJB, las restricciones externas, la poca capacitación y profesionalismo, los desacuerdos internos y una estrategia de comunicación ineficaz son los problemas que se entrelazan, impidiendo que Un Café Converso consolide una comunidad de sentido sólida y funcional.

6.5. Árbol de problemas

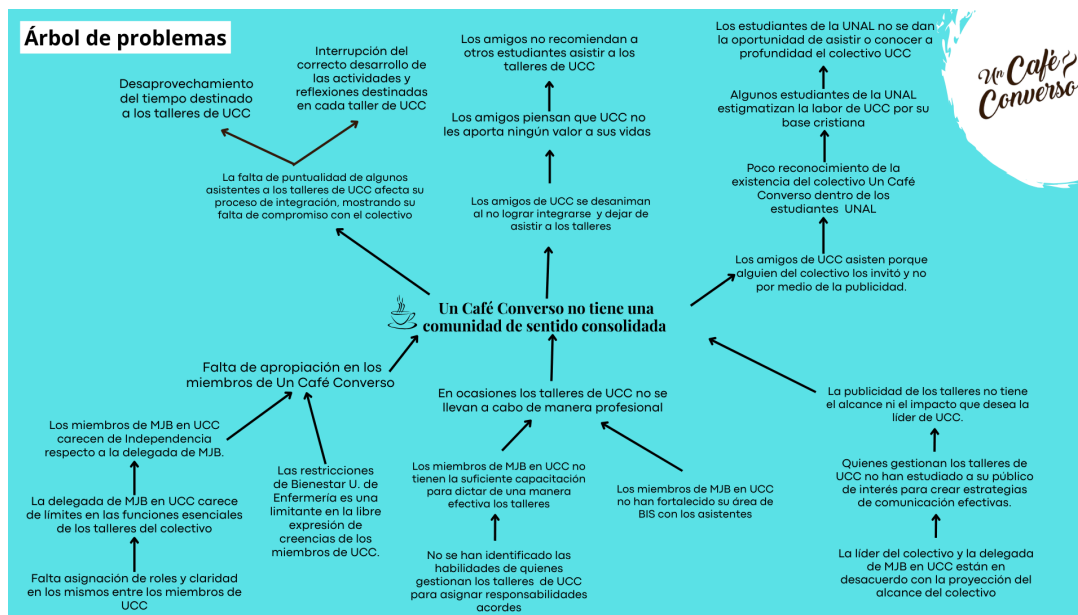


Ilustración 13. Creación propia - Árbol de problemas

7. Antecedentes

7.1. Antecedentes Conceptuales

Haciendo una exploración del abordaje temático que varios investigadores han realizado para comprender cómo se construye una comunidad de sentido dentro de un colectivo juvenil, encontramos los siguientes hallazgos:

El arte como manifestación del accionar de comunidades de sentido

En primera instancia, queremos resaltar un proyecto de la Universidad Piloto de Colombia, en el que se analizaron las representaciones sociales generadas por dos comunidades (metaleros e hip hoppers) a través de sus expresiones artísticas. Además, basando su teoría en el interaccionismo simbólico, pretendían evaluar el impacto generado en lo social, político y cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior, en dicho análisis se menciona que:

“durante el trayecto de la investigación se compartió con comunidades de sentido, que comúnmente han sido etiquetadas y conocidas con el nombre de “tribus urbanas”, pero que hoy se reconocen como comunidades de sentido, partiendo del principio de que son colectivos de gestión y participación, que aportan a sus propios contextos y a la sociedad en general.” (Buitrago, L., Castro, L., Martínez, A., & Moreno, S., 2012, p. 2)

En este orden de ideas, las comunidades de sentido se comprende como un lugar donde los jóvenes pueden expresarse y fortalecer aprendizajes, en este caso artísticos y teóricos, tal como sucede en UCC, donde los amigos y miembros de MJB realizan talleres para fortalecer su bienestar emocional, mental y espiritual, mientras tejen una red de sentidos compartidos.

Las etiquetas que tienen ambas comunidades, como lo son “tribus urbanas”, se

relacionan con prejuicios con los que han combatido desde sus orígenes. Por eso, con este proyecto buscan:

“gestionarlo con otros colectivos, que día a día batallan por lograr un cambio mediático, positivo y artístico, desde su propio estilo de vida. Esta misma razón nos debe llevar a sacar a las comunidades de la etiqueta de tribus urbanas, para reconocerlas como comunidades de sentido, que gestionan, promueven y construyen a través del palpitar de arte que corre por sus vidas.” (Buitrago, L., Castro, L., Martínez, A., & Moreno, S., 2012, p. 14)

En UCC ocurre una situación similar, ya que cierta parte de la comunidad UNAL, ajena al colectivo, tiene una perspectiva estigmatizada al saber que su origen es de tipo cristiano. Esto conlleva a que, con base en suposiciones, minimicen su propósito de fortalecer la salud emocional y espiritual de los estudiantes, sin darse la oportunidad de conocerlo.

Análisis de comunidades de sentido en parroquias de Gran Buenos Aires

Como segunda experiencia, queremos señalar la investigación realizada por Fernández, S. 2017, quien en su trabajo titulado “*Comunidades de sentido y espacios de sociabilidad. Un análisis de las experiencias religiosas juveniles en parroquias renovadas del Gran Buenos Aires*” analiza los sentidos que los jóvenes de tres parroquias católicas asignan a sus comunidades, las cuales funcionan como espacios de sociabilidad y de pertenencia juvenil.

Según la exploración realizada, estos espacios consolidan los lazos juveniles fundados en relaciones de amistad y hermandad. Además, junto con la formación religiosa adquirida, ligan a los miembros a darle un sentido a su permanencia en las parroquias.

Las juventudes conforman comunidades orientadas por la búsqueda de experiencias

renovadas, con formatos diferentes a los tradicionales que incluyen al otro. Estas les permiten reflexionar sobre sus problemas cotidianos y son consideradas espacios auténticos, intensos y personales, ideales para construir y celebrar su identidad.

Sin embargo, señala que este giro ha sido posible gracias a la renovación parroquial que se ha abierto a la incorporación de rituales cargados de emocionalidad y elementos que atraen a los jóvenes. En este sentido, la música, su interpretación y la asignación de roles relevantes en los grupos, se convierten en elementos identitarios donde es posible continuar sintiéndose joven.

Este cambio no ha sido del todo asimilado en diferentes niveles jerárquicos de la iglesia, por lo que sigue primando las expresiones físicas sobrias y la gestualidad poco espontánea. Aunque estos espacios tradicionales se asocian principalmente con los adultos, han servido como puente de conexión entre distintas generaciones, redefiniendo el concepto de lo juvenil.

Simbólicamente los jóvenes son una pieza importante para la iglesia por la imagen de constante rejuvenecimiento y nuevos liderazgos requeridos por estas instituciones. De hecho, algunos de los desafíos de evangelización en los jóvenes recaen en aquellos que son creyentes, pero no necesitan de una religión para acercarse a Dios.

Otro elemento clave resulta ser la apropiación de espacios parroquiales durante los fines de semana, momento en el que ingresan al universo religioso en el que se evidencian marcadores de juventud como vestimenta, prácticas y expresiones. De hecho, según la autora, esta inmersión les permite desarrollar habilidades para hablar en público, expresarse con libertad, planificar eventos parroquiales, asumir liderazgos, entre otras.

En otra de las parroquias analizadas se evidenció cómo la inserción de jóvenes en la vida espiritual incide favorablemente en sus vínculos familiares, amistades y en su propia subjetividad, resignificando por tanto su historia y sus prácticas. De hecho, la utilización de un vocabulario construido en estos espacios de sociabilidad es evidente, por lo que “indica la adopción de los jóvenes de un constructo referencial de ideas, valores, representaciones y opciones de vida, tomado de su formación católica.”

La construcción de una comunidad juvenil es, por supuesto, un fenómeno interesante y a la vez complejo; sin embargo, la autora consigue definirlo de manera precisa:

Una comunidad juvenil se construye mediante la identificación de un “nosotros” exclusivo que incluye a los miembros de un mismo grupo, unidos por un mismo lenguaje e interpretación de la realidad. Por fuera de la comunidad, se encuentran aquellos que “no comprenden las realidades del Evangelio” por adoptar una interpretación no-cristiana de los hechos de la vida cotidiana. Si bien la comunidad se concibe como un grupo de creyentes con un mismo pensar, sentir y actuar, aun así, el sentido que esta tiene para sus integrantes no se construye de manera estática y cerrada de una vez y para siempre, sino que está en constante cambio y redefinición.

En suma, argumenta que los primeros años en que se crea una comunidad, funciona como un grupo de jóvenes reunidos por intereses de amistad y compañerismo: “Estos intereses son re-significados mediante una socialización secundaria realizada institucionalmente en distintos encuentros (misas, formación juvenil, convivencias y retiros) hasta construir un habitus religioso centrado en la espiritualidad personal-comunitaria y el compromiso pastoral”

Por último, tras una rigurosa exploración y análisis de los casos estudiados, concluye:

Las comunidades católicas juveniles adoptan diferentes prácticas y significaciones de acuerdo a la realidad social en la que se inscriben y a la diversidad de sus miembros. Por ello, para sus integrantes resulta necesario definir permanentemente las dimensiones y los límites lábiles de los que consta cada comunidad a fin de mantener su existencia en tanto espacio de circulación de sentidos.

Todo esto, por supuesto, se relaciona directamente con la realidad de UCC, pues estar inmersos en un contexto universitario los empuja a reinventar constantemente sus metodologías, formas de comunicación, dinámicas, estrategias de relacionamiento, e

incluso, formas de generar sentidos, con el fin de permanecer vigentes y adaptarse a la realidad cambiante.

7.2. Antecedentes Prácticos

Colectivo ECO

Dentro de los antecedentes prácticos relacionados con nuestro objeto investigativo se encuentra el colectivo ECO, de la Pontificia Universidad Javeriana. Este grupo estudiantil, al igual que Un Café Converso, está organizado por estudiantes que asisten a la IPUC y sirven en Misión Juvenil Bogotá.

Pero, como cada universidad pública y privada tiene su propia personalidad y cultura, así también cada colectivo trabaja de manera distinta como lo evidenciamos a continuación.

ECO nace en el 2020, en época de pandemia, un año después del acontecimiento presentado en esta universidad, cuando un joven decide terminar con su vida lanzándose desde el edificio Giraldo. Este suceso impactó en gran manera la vida de Paula Fernández, estudiante de derecho, en ese entonces, y miembro de la IPUC, quien comenzó a sentir la necesidad de formar un colectivo de MJB en esta universidad. Sin embargo, se enfrentó a la problemática de que no había suficientes estudiantes de la iglesia con quienes construirlo.

No obstante, no fue un impedimento para Paula quien, en medio de la cuarentena, decidió abrir este espacio de manera virtual junto con uno de sus compañeros de la iglesia y de la academia. Ambos manejaron el colectivo de esta manera hasta el 2023, año en el que llegaron más jóvenes de la iglesia a estudiar a esta universidad y se les unieron.

Actualmente, el grupo está conformado por 30 personas, donde 10 estudiantes de MJB son quienes organizan y apoyan estas tertulias; y asisten entre 15 y 20 amigos, algunos más constantes que otros.

Hoy en día los integrantes de la iglesia y los amigos se reúnen todos los viernes de cada semestre en la Facultad de Artes para disfrutar de las tertulias que organizan. A diferencia de Un Café Converso con su dinámica de los talleres, este colectivo tiene espacios de charlas horizontales con debates y diálogos sobre un tema, denominados tertulias donde, además, comparten un refrigerio en cada encuentro y reflexiones personales al finalizar para intimar con los asistentes.

Dentro de sus canales de comunicación tienen su página de Instagram, dónde comparten las piezas gráficas que realizan para convocar a los estudiantes a sus tertulias y los reels que utilizan para hacer publicidad entre javerianos.

Si bien, ECO no cuenta con un personaje que represente al colectivo, como sí lo hace Nachito en UCC, manejan otras actividades para interactuar por Instagram, como los miércoles de relato. Esta dinámica se basa en compartir pequeños fragmentos de experiencias vividas por los integrantes del colectivo en donde hayan visto obrar a Dios a su favor en medio de las dificultades académicas. A través de piezas gráficas relatan brevemente las historias concluyendo con una reflexión. Con esta propuesta buscan testificar sus experiencias con Dios e incluir todas las voces de los miembros del colectivo.

Por otro lado, poseen un grupo de WhatsApp que reúne a 38 personas entre miembros de MJB en la Javeriana y los amigos que asisten; teniendo mayor comunicación con estos últimos. Siempre está presente un “Dios les bendiga, estamos orando por ustedes” o un versículo para compartir. Como bien se evidencia, este colectivo es muy transparente con su base cristiana y no teme mostrarse tal y como es, lo cual genera que los estudiantes interesados en espacios con un margen espiritual cristiano se unan.

Este es un punto que dista de la realidad de UCC, pues al estar anexos a bienestar universitario, tienen restricciones para comunicar abiertamente su credo en los talleres. Esto ha traído como consecuencia la falta de sentido de pertenencia ante la poca claridad de la identidad del colectivo.

En referencia a las estrategias, los líderes dejan en claro que lo que más une al colectivo como una comunidad es la gracia de Dios. Aparte de ello, se rescata que hacer tertulias crea un ambiente cómodo y agradable para todos los asistentes. Estas charlas horizontales han abierto un espacio de comprensión, opinión y respeto entre todos los integrantes.

Los estudiantes que visitan ECO resaltan la tranquilidad y el buen ambiente que se vive dentro de las tertulias. Además, este colectivo transmite una sensación de cercanía al aprenderse los nombres de todos los integrantes, un ejercicio que los hace sentir reconocidos dentro del espacio. Igualmente, fechas especiales como los cumpleaños se tienen muy presentes para felicitarlos y, en ocasiones, cuando requieren apoyo porque los amigos tienen un problema o presentarán un parcial, suelen escribir por el grupo de WhatsApp para aconsejar y pedir oración por las peticiones.

En conclusión, este es un claro ejemplo de cómo tener una identidad definida consolida el sentido de pertenencia dentro del colectivo, lo que se refleja en el compromiso adquirido por cada uno de sus integrantes al ser conscientes del propósito que los convoca. Además, la participación horizontal se presenta como un elemento clave para construir una comunidad de sentido en ECO. Ambos son elementos que UCC debería fortalecer.

Comunidad Universitaria Reformada (CUR)

Finalmente, quisiéramos mencionar a la Comunidad Universitaria Reformada (CUR), que está presente en diversas universidades del país, entre ellas, la Universidad de los Andes, la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Nacional de Colombia. La CUR es una comunidad que cuenta con una residencia cerca de la UNAL; tanto en este lugar como en espacios de la institución se reúnen a realizar cultos e invitan a sus allegados.

Esta comunidad se manifiesta públicamente como creyentes que viven su espiritualidad en transparencia, ya que no tienen un vínculo legal con Bienestar Universitario, a diferencia de Un Café Converso que sí está sujeto a esta área y debe limitarse a exponer sus creencias.

Cabe resaltar que en este grupo estudiantil existe una amplia pluralidad cultural, puesto que algunos de sus integrantes son misioneros de otros países que vienen a compartir sus experiencias durante los encuentros. Por un lado, están los clubes de inglés donde leen la Biblia y, al mismo tiempo, practican el dominio de un segundo idioma. Y, por el otro, se encuentran los estudios bíblicos en los que aceptan a todos los jóvenes que deseen asistir para compartir aprendizajes alrededor del ámbito espiritual.

Las metodologías de la CUR son un referente de comunicación estratégica para UCC, pues, mediante sus actividades disruptivas y llamativas, vincularon a la comunidad estudiantil con su propósito misional, sobrepasando los límites de lo esperado y aportando no solo a la dimensión espiritual, sino también a la cognitiva de sus miembros.

8. Categorización

Resultado del proceso de diagnóstico del colectivo Un Café Converso, se establecieron tres categorías de análisis que nos ayudaron a interpretar los elementos conceptuales relacionados con el problema abordado en esta investigación.

8.1. Comunidad de sentido

El eje central de nuestra investigación que nos llevó a encontrar la oportunidad que tiene esta organización son las comunidades de sentido. Al examinar el colectivo, encontramos que para fortalecer la permanencia de los integrantes de Un Café Converso y expandir el alcance de este grupo estudiantil en la UNAL, es esencial consolidar una comunidad de sentido.

Este concepto, según Maffesoli, es vital para comprender mejor todas aquellas interacciones sociales en colectivos juveniles como Un Café Converso. Precisamente, Maffesoli (1988) describe las comunidades de sentido como: “una “proxemia” que implica un comportamiento relacional de la vida social, viendo al hombre en una relación no solo interindividual, sino ligada a un espacio territorial, lo que lleva a la conformación de un nosotros”.

En ese orden de ideas, el conformar una comunidad de sentido implica poseer un sentido de pertenencia, identidad cultural y comunal, aspectos valiosos que se deben fortalecer en Un Café Converso para lograr sus objetivos.

Tal como lo afirma Castells (1971) la agrupación del individuo en organizaciones que generan un sentido de pertenencia, identidad cultural y comunal es fundamental. Este enfoque es clave para el colectivo, ya que al fortalecer estos elementos, los miembros no solo se sentirán más conectados y motivados, sino que también podrán organizarse mejor y asignar roles según sus habilidades individuales.

Para fortalecer la comunidad de sentido en Un Café Converso, es necesario implementar estrategias que fomenten un fuerte sentido de pertenencia e identidad entre sus miembros.

Esto puede incluir actividades que promuevan la colaboración y el entendimiento mutuo, así como espacios donde los miembros puedan compartir sus experiencias y fortalecer sus lazos emocionales y espirituales bajo los principios y valores cristianos que definen al grupo.

Al crear una comunidad de sentido, se está construyendo un ambiente donde los integrantes se sienten valorados y parte de algo más grande que ellos mismos. Este sentido de pertenencia puede motivarlos a involucrarse más activamente, a aportar lo mejor de sí mismos y a trabajar juntos para el bienestar emocional y espiritual de todos los miembros. Así mismo, al sentirse parte de una comunidad cohesiva, los integrantes estarán más dispuestos a asumir roles y responsabilidades que se alineen con sus habilidades y talentos, lo que permitirá una organización más eficiente y efectiva del colectivo.

En resumen, para que Un Café Converso se consolide como una comunidad de sentido en la UNAL es necesario concientizar a sus miembros sobre sus sentidos e intereses que los convocan en cada taller, para así aumentar su compromiso con el espacio del cual se apropien, e incluso, atraer a más jóvenes estudiantes para seguir construyendo una red de apoyo sólida y cohesionada que se distingue por su identidad y propósito compartido.

8.2. Culturas Juveniles

El proceso de investigación llevado a cabo reveló la necesidad de comprender de qué manera los jóvenes exploran y expresan su identidad individual a través de una colectiva. Por supuesto, los jóvenes, al estar inmersos en varios escenarios, ocupar ciertos roles y relacionarse inevitablemente con otros, buscarán, naturalmente, ser parte de grupos con los que pueda compartir y desarrollar sus intereses.

De hecho, Germán Muñoz durante su conversatorio virtual llevado a cabo el 3 de mayo de 2024 habló de la importancia de considerar al joven como “agente en condición juvenil”, una nueva forma de llamar a estos actores sociales para comprender sus “mundos de vida”. Adicionalmente, el docente ofreció claves para gestionar y entender este lo juvenil, entre las que destacamos: el

sentido de pertenencia (quieren ser parte de algo) y la búsqueda de sentido (esperanza, teología de la prosperidad).

Zarzuri (2000) también se aproxima a este concepto señalando que “la juventud” es una categoría construida que denota una forma de comportamiento social, la cual fue resultado de la formación industrial moderna, más no debe ser entendida como una fase natural del desarrollo humano. De hecho, explica el origen de este concepto:

[...]el concepto de jóvenes recién aparece en las sociedades postmodernas industriales y asociado a ciertas manifestaciones culturales que comienzan a emerger durante los años cincuenta, especialmente en los Estados Unidos, de la mano del rock and roll, van a ir dando origen a lo que conocemos como cultura juvenil.

Ahora bien, es interesante observar cómo los miembros de este tipo de colectivos empiezan a desarrollar una serie de prácticas y a identificarse con ciertos valores que a menudo se convierten en su carta de presentación ante el mundo. A pesar de la singularidad de cada miembro, aquello que tienen en común termina dotándolos de rasgos representativos que los diferencian de otros grupos.

Sin embargo, la lógica detrás de este proceso es descrita en mejores palabras por Ramírez (2008):

Es en el ámbito de los grupos de referencia, que los jóvenes van más allá de los espacios que les determina la cotidianidad de los grupos de pares —como, por ejemplo, el ámbito educativo o la familia— y empiezan a detonar una selección de los referentes culturales, a los cuales van expresando conformidad y apropiación a sus

formas de vida. Esta manera de manifestar intereses particulares y de seleccionar aquellos, es lo que muchos denominan «cultura juvenil».

Este autor confirma que, esa adquisición de información tomada de las diferentes prácticas sociales en las que están inmersos, son las que determinarán las formas de vida y valores de los agentes en condición de juventud: “En el ámbito de las relaciones en los grupos de referencia, los jóvenes irán «optando» las prácticas que para ellos sean representativas, de esta forma reflejarán estilos y actitudes, por ellos elegidos y con los cuales se sientan identificados” (Ramírez, 2008).

Analizando la definición que otros autores le dan a esta categoría, encontramos afinidades con las aproximaciones convencionales, sin embargo, Feixa (1994) ofrece elementos importantes al afirmar que:

En un sentido amplio, las culturas juveniles refieren la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o en espacios intersticiales de la vida institucional. En un sentido más restringido definen la aparición de "microsociedades juveniles" con grados significativos de autonomía respecto de las "instituciones adultas".

Este autor, aborda elementos vitales para comprender este fenómeno. Por ejemplo, menciona la manifestación simbólica de las culturas juveniles, las cuales se expresan en elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo [Feixa (citado por Ramírez, 2008)]. Aunque cabe señalar que esas expresiones y estilos no son estáticos,

pues tienden a variar con el tiempo.

Este elemento también es abordado ampliamente por Rossana Reguillo, pues señala que las culturas juveniles “caracterizadas por sus sentidos múltiples y móviles, incorporan, desechan, mezclan, inventan símbolos y emblemas, en continuo movimiento que las vuelve difícilmente representables en su ambigüedad” (Reguillo, 2003, p.103). La autora navega en la enorme diversidad que habita la palabra “jóvenes” y los sitúa en escenarios que constantemente son apropiados y semantizados por ellos. Por eso mismo, señala su complejidad en el campo de las representaciones, pues siempre están “armándose en un continuum simbólico que desvanece fronteras, márgenes y límites”.

En este orden de ideas, vale la pena volver a mencionar los aportes que Zarzuri (2000) realiza, pues insiste en que los estilos individuales, que identifican a las culturas juveniles, están compuestos por una serie de elementos entre los cuales destaca:

a) el lenguaje, como forma de expresión oral distinta a la de los adultos. Los jóvenes realizan juegos lingüísticos e inversiones lingüísticas que marcan la diferencia con los otros; b) la música, y especialmente el rock, que se transformó en la primera música generacional, distingue a los jóvenes, internalizándose en el imaginario cultural juvenil, y marcando las identidades grupales, producto de su consumo o de la creación; y, c) la estética que identifica a los estilos juveniles, marcados por ejemplo, por el pelo, la ropa, accesorios, entre otros. (Zarzuri, 2000)

En efecto, muchos de estos elementos de estilo se evidencian en Un Café Converso, donde no solo se comparte un sistema de valores y creencias, sino también existen códigos comunes en el tipo de ropa que usan, el lenguaje relacionado con su iglesia el cual traspasa varios escenarios de su vida, el tipo de música que escuchan, entre otros. Además, muchos de ellos procuran no alterar su cuerpo, ya que lo consideran como vanidad, por lo que evitan el uso de piercings, perforaciones, tatuajes, tintes para el cabello, maquillaje excesivo y cirugías plásticas.

8.3. Comunicación estratégica

La construcción de esta categoría nos permite abrir paso a la comunicación estratégica como eje fundamental dentro del análisis que hemos realizado, puesto que nos aporta los conceptos adecuados para el desarrollo de la misma y así nos aporta a la construcción del PECO. Es así como entendemos la relevancia de la comunicación estratégica dentro y fuera del colectivo y por ello traemos a colación a dos actores importantes que nos permiten ver la comunicación estratégica desde la interacción social, como un espacio de encuentro y experiencias vividas relacionada con las emociones.

En este mismo sentido, Uranga (2007) menciona: *“Estamos hablando de la comunicación como interacción social. Mediante la comunicación se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura.”* (p.4). Lo anterior resulta relevante dentro del concepto de colectividad que menciona, las formas en que se relacionan y manejan la comunicación en UCC, por sus expresiones, sentires y experiencias que les permiten relacionarse entre los actores.

Por otra parte, para profundizar más en lo que conlleva esta categoría, la comunicación estratégica es considerada por Massoni como un *“espacio de encuentro de las alteridades socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico, que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al re-ubicar su objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido. Al hacerlo nos emplaza en una dimensión del tiempo como experiencia, nos instala en la complejidad de la construcción inter subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las emociones como un autodispositivo colectivo.”* (pg. 9)

Lo anterior es relevante para el colectivo porque les permite conectar con los amigos independientemente de su relación con Dios o con sus creencias, lo cual resulta acogedor y significativo para ellos. Además, que la comunicación dentro del colectivo no se limita a ser académica o estática, sino que destacan los signos y emociones que se integran dentro de la relación que tienen los integrantes de UCC. Por último, Massoni nos permite reconocer la complejidad de la comunicación estratégica en la experiencia humana contribuyendo al desarrollo y crecimiento de las relaciones saludables junto con su aporte a la salud mental y bienestar propio.

9. Resultados

Hallazgo 1.

Con base en las herramientas utilizadas para indagar y analizar la realidad del colectivo, pudimos identificar que los talleres llaman la atención y mueven fibras en los asistentes de distintas maneras y por distintos motivos que se relacionan con sus intereses personales. Están quienes encuentran en él una oportunidad para refugiarse en medio del caos emocional, mientras otros lo ven como un espacio para hacer amigos y conectar con personas afines en creencias y valores.

Por ejemplo, los amigos dentro del colectivo manifiestan sentirse acogidos, pues

algunos de ellos son foráneos y sienten la necesidad de poder involucrarse y crear experiencias significativas que apoyen su estabilidad emocional. Tal es el caso de Juliette Diaz, quien proviene de San Andrés y actualmente es la líder de los colectivos de MJB dentro de la UNAL, pues afirma:

“Yo apenas entré, me vieron, me saludaron, me abrazaron, me hicieron mil preguntas, de yo quién era, qué hacía, qué quería, cómo estaba, cómo me sentía, que se alegraban de que yo estuviera ahí y bueno, el taller fue muy bonito, me extendieron la invitación para el próximo taller y yo seguí asistiendo [...] he conocido personas muy cheveres, personas que me han ayudado a adaptarme a Bogotá, que me ayudan con cosas como el Transmilenio y ese estilo”

Algunas personas que hacen parte del colectivo desde hace años, como Andrea Ramírez quien estuvo desde su creación, lo perciben como una parte fundamental de su vida, incluso llamándolo hogar: “Para mí Un Café Converso, en serio, es mi casa. Conozco a muchos de mis amigos de Un Café Converso, es ese espacio donde yo me puedo desestresar de mi diario vivir, de prácticas, de mis dos carreras y que siempre ha estado, pues gracias a Dios muy estable” A. Ramírez (comunicación personal, 13 de marzo de 2024)

En el caso de los amigos, UCC es percibido como un espacio seguro e incluyente, ya que permite la exploración de nuevas perspectivas a partir de la escucha respetuosa del otro, el cual es tratado, a pesar de las diferencias ideológicas, como un aportante de significados a través de las experiencias que tiene para compartir:

“Digamos, yo no hago parte de la iglesia IPUC, yo soy católica, pero yo siempre he dado mis opiniones y muchas veces he tocado como el tema de que soy católica y mis creencias, y siempre, siempre, siempre, dicen “Ay, gracias por decirnos, gracias por contarnos desde tu perspectiva [...] uno se siente súper libre de opinar así no sea exactamente lo mismo que ellos

dicen, mi opinión es tenida en cuenta y es aceptada. Entonces me gusta.”. (Alejandra Lopez Celis, amiga UCC, 15 de marzo de 2024)

Este elemento es fundamental, pues como mencionó la entrevistada, el no compartir su misma religión no se percibe como un elemento que impida o frene el fluir de los diferentes miembros dentro del colectivo. En este sentido, Laura Karina Cuadrado Orduz quien también afirmó que sentía que su opinión era valorada y valoró el hecho de que se generen espacios de diálogo entre diferentes como una oportunidad de aprendizaje: ”Siempre han aceptado con los brazos abiertos cualquier opinión. Eh, además, siempre está abierto a debate en cada taller. O sea, cada persona puede dar su perspectiva. Sin embargo, está sujeto a que otra persona no esté de acuerdo y le conteste, o sea, refute su posición. Pero son espacios agradables, porque pues tú nunca vas a tener certezas 100% ni tu opinión no va a ser la final, no es como tener la verdad absoluta. (Laura Karina Cuadrado Orduz, amiga UCC, 15 de marzo 2024)

Hallazgo 2.

En general, los miembros de UCC sienten que el colectivo les aporta valor por el tipo de temas que aborda y los espacios de discusión que genera. Sin embargo, ante la pregunta ¿Qué mejorarías o cambiarías del colectivo o de los talleres? entrevistados como Felipe Reyes, miembro MJB en UCC, sugirieron: “Yo siento que hay que mejorar los temas, o sea bueno, como ampliarse más, porque pues ya llevan años repitiendo. Siento que se llegó a un punto donde se repiten los temas. Entonces, siento que debería ampliar el horizonte y abordar de pronto desde otras perspectivas la salud mental para que no se llegue a hablar como de cierta manera lo mismo. ”

En medio de una de nuestras observaciones percibimos que los talleristas de ese día no brindaron instrucciones claras para realizar el rompehielo, por lo que tuvo que repetirlas 4 veces más. Esto, por supuesto, afectó el resto del taller, pues normalmente solo disponen de 1 hora. Varios entrevistados también señalaron

que, en ocasiones, los talleristas no han sabido dirigirse de la manera correcta hacia los asistentes, pues han llegado a ignorar la opinión de personas que quieren participar en el debate que se da en medio de cada sesión.

Hallazgo 3.

El desarrollo del taller también se ve afectado por la costumbre que tienen un porcentaje significativo de asistentes de llegar hasta media hora después del inicio, generando reprocesos al tener que repetir las instrucciones de las dinámicas y, por tanto, restando tiempo al cuerpo temático y la reflexión colectiva.

Este bajo compromiso por parte de algunos miembros también se ve reflejado a la hora de apoyar a delegada de MJB en UCC, Andrea Ramirez, a nombre de quien figura el proyecto que anualmente se pasa a Bienestar de Enfermería y, por tanto, la responsable de todo lo relacionado con el colectivo: “Ese compromiso no lo tienen todos, que es algo que más que cambiar porque uno no puede cambiar como las personas se sienten, pero hay que como exhortar animar a ese compromiso por Un Café Converso porque cuando yo entré a Un Café Converso cuando empecé a ser líder, a mí me daba pánico que por algo que yo hiciera mal o algo quitaran el espacio porque o sea, en realidad sí era mi responsabilidad. Si yo no llenaba bien algo o si pasaba algo, pues si en realidad si es mi responsabilidad, entonces creo que eso falta un poquito en lo en los chicos algunos chicos, no todos, pero como ese compromiso de es mi espacio, no así son espacios, sino es mi espacio.”

A pesar de que se han venido asignando tareas pequeñas como traer el refrigerio, siente que no ha sido suficiente, pues a parte del equipo de líderes, los demás miembros de MJB no están atentos a apoyar a menos de que se les asigne. De hecho, ejemplifica, que si ella no va a recibir las llaves del salón, no se hace taller, o no se toma asistencia o fotos, evidencias exigidas por Bienestar para

evidenciar el desarrollo del espacio.

Hallazgo 4.

Adicionalmente, se evidenció una falta de claridad hacia el futuro deseado para UCC. Esto se concluye tras contrastar entrevistas de los líderes y miembros de MJB en UCC, quienes difieren en el rumbo que visualizan para el colectivo. Es decir, unos aspiraban a que el colectivo en algún momento pudiera ser más abierto para poder celebrar abiertamente su identidad cristiana, a pesar de que eso significaba alejar a muchos que no comparten sus creencias; y otros, expresaron que preferían mantenerse como hasta la fecha, brindando este apoyo integral a aquellos estudiantes que estén pasando por situaciones complejas y que requieren las reflexiones que se generan en UCC, pues los miembros de MJB ya han oído hablar de Dios y ya cuentan con las herramientas para manejar sus emociones.

Por lo que existe un profundo debate que involucra los intereses de cada miembro. Sin embargo, es una conversación que no se ha dado y que se evidenció por primera vez a través de las entrevistas. Cabe señalar que, el primer caso es un escenario imposible actualmente, debido a las restricciones de Bienestar en las que se restringe profesar abiertamente su fe.

Hallazgo 5.

Ahora bien, es importante señalar que se halló una idea entre varios miembros de MJB y amigos, pues en entrevistas, ante la pregunta ¿cómo creen que es percibido el colectivo? y ¿cuáles son los obstáculos para que nuevos estudiantes asistan a los talleres? sorprendentemente, respondieron en la misma dirección: la existencia de prejuicios por su carácter cristiano.

“Yo creo que lo principal es por el tema de que gira en torno a una iglesia, gira en torno como a que normalmente todos los talleres terminan con la reflexión de la Biblia, de lo que dice Jesús, de mi experiencia en la iglesia y cosas así; y conozco de personas que vinieron por ahí una o dos veces a los talleres conmigo

y salían criticando eso. O sea, era como “Ay, qué buen tema, pero ¿por qué terminan con eso?” ((Laura Karina Cuadrado Orduz, amiga UCC, 15 de marzo 2024)

“Pues es que yo siento que por el contexto de la Universidad y la naturaleza del taller y del colectivo, es complicado. Y ustedes han hecho papelones y cuestiones así para acercar la gente, pero pues siempre llegan los que reconocen esas siglas, las siglas de IPUC. Y pues si no son ellos, somos los que estamos como cerca de ellos. Entonces, no sé, la verdad, siento que es complicado porque han tenido estrategias desde que yo conozco, porque lo que te digo estoy desde el 2018, han tenido varias estrategias, y como que la gente es muy “veo una persona, no sé, Maye lo hace, ella ve una persona con falda, y se le acerca y le pregunta como ¿conoces tal cosa?, ah, mira, existe un café converso” (Alejandra Lopez Celis, amiga UCC, 15 de marzo de 2024).

Hallazgo 6.

La comunicación dentro del colectivo es fluida y basada en el respeto, pues a pesar de los malentendidos o las diversas opiniones siempre se ha manejado el diálogo, tal como lo menciona Juliette: *“el tema de la comunicación de verdad, que todo se habla, siempre se ha hablado de pronto en el momento que no es, o sea, hay cosas que pudieron hablar antes, pero todo se ha hablado y con esa charla se intenta trabajar en eso.”* (Comunicación personal, 2024).

Por esta razón, evidenciamos que dentro del colectivo el relacionamiento es positivo y bidireccional, la mayoría de sus participantes interactúan con fluidez, sin importar las creencias ideológicas o las diferencias. También, observamos que los integrantes que llegan por primera vez al colectivo son incluidos rápidamente dentro de las dinámicas, lo cual ayuda a que tengan la motivación de volver a asistir dependiendo de sus intereses.

Sin embargo, se evidencia que la mayoría de amigos que asisten a los talleres se enteran del colectivo, principalmente, por medio del voz a voz. Es decir, quienes ya asisten invitan a sus compañeros de clases a los talleres; con lo que se deduce que las demás estrategias de promoción no están teniendo el alcance que se

pretende.

10. Transformación organizacional

Entendiendo a UCC como un colectivo que genera espacios que brindan bienestar y apoyo a los estudiantes de la UNAL y que su intención es llegar a gran parte de la comunidad universitaria, además de la necesidad que hemos evidenciado y las falencias que pueden afectar a la eficiencia en el desarrollo del colectivo, se puede inferir que se busca crear una comunidad fortalecida y consolidada fomentando la participación y el bienestar.

Retomando los objetivos de este análisis y los resultados obtenidos, nuestro propósito es crear y fortalecer los sentidos que mueven al colectivo y mostrar cómo esto puede consolidar su unidad y desarrollo dentro la comunidad universitaria. Además, teniendo en cuenta que dentro del objetivo general de este trabajo queremos consolidar la comunidad de sentido que permita fortalecer la su relacionamiento interno y, por consiguiente, su sentido de pertenencia, se conecte con la comunicación estratégica que nos permita, a través del plan estratégico de comunicación, reforzar este aspecto fundamental.

Por otro lado, queremos dar respuesta a esos aspectos específicos en los cuales también se hallaron inconvenientes importantes, como las motivaciones de los asistentes al colectivo, sus experiencias, motivaciones y relacionamiento a nivel interno que sería resultado de la planeación estratégica que se logró hacer dentro del colectivo, el compromiso y participación de los asistentes, y el posicionamiento que con el plan de comunicación se pueda lograr dentro de la universidad.

Todo lo anterior con el fin de conseguir que lo planeado a continuación sea ejecutado y resulte ser de gran sustento y apoyo para UCC. Además de poder obtener los resultados esperados para el colectivo, que puedan seguir reforzando y transformando su comunidad a un nivel superior y que logren sus objetivos organizacionales para que en conjunto con los propuestos se pueda integrar, posicionar y expandir sus beneficios a muchos más jóvenes que dentro de la comunidad universitaria lo necesiten.

11. Plan de Comunicación Estratégica (PECO)

De acuerdo con nuestro diagnóstico organizacional, con el análisis realizado, la aplicación de las herramientas de investigación y reconociendo la necesidad de crear una comunidad de sentido dentro de UCC, de identificar los roles y formar a los diferentes actores para el buen desarrollo del colectivo, presentamos el siguiente plan estratégico de comunicación que contribuirá positivamente al desarrollo y crecimiento del colectivo UCC.

a. Nombre del PECO



Ilustración 14 - Creación propia - Logo PECO

b. Infografía síntesis del PECO



Ilustración 15 - Creación propia - Infografía PECO

c. Matriz de diseño estratégico

Actores			Objetivos de cambio de cada actor
Afectación	Posición	Propuesta	
Bienestar Universitario: Le afecta en el sentido de que, les gustaría que Un Café Converso se acercara más y tuvieran una mejor relación con ellos, pero no sucede.	A favor de abrir espacios y gestionar conversaciones con el colectivo juvenil	Propone que el colectivo se acerque a la dirección de bienestar universitario para crear actividades.	Concientizar a los líderes sobre la importancia de la planificación y el acuerdo mutuo para construir un liderazgo eficiente del colectivo
Delegada de MJB para UCC: Al no encontrar todavía un equilibrio entre cumplir las normas de bienestar universitario y mostrar la completa transparencia del colectivo, le afecta en que constantemente está el temor a infringir las restricciones establecidas, que traerían como consecuencia desvincular al colectivo de bienestar universitario.	Delegada de MJB para UCC: A favor de cumplir las normas de Bienestar Universitario, ya que su propósito es brindar herramientas de bienestar espiritual a personas de la comunidad UNAL que lo necesiten; las cuales ya son conocidas por los miembros de UCC	Continuar realizando estrategias en las que se evidencie la apertura del colectivo a todo tipo de personas sin importar si comparten o no sus creencias. Acogerse a las directrices de Bienestar Universitario dentro de los talleres, con el propósito de evidenciar su apertura a todo tipo de personas.	Sensibilizar su sentido de pertenencia para cumplir que permanezcan en Un Café Converso
Líder de UCC: Afecta la administración del colectivo, puesto que al ser quien lo lidera y sentir la cohibición de la libertad espiritual que le gustaría tener, la manera en que se dirige el colectivo cambia bajo su liderazgo.	Líder de UCC: A favor de que se pueda expresar de manera más abierta las creencias compartidas por el colectivo. Sin embargo, es consciente de que no es del todo posible al estar anexos a bienestar universitario.	Abrir conversaciones donde se pueda tener libertad espiritual para hacer preguntas y debatir valorando la diversidad de opiniones.	Consolidar el sentido de pertenencia con el colectivo para que se animen a capacitarse y mejorar sus habilidades para la mejora continua de los talleres
Líderes de UCC: Les afecta en el sentido de que, al no tener un relevo que represente al colectivo frente a bienestar universitario, tendrían que desvincularse y mantener el colectivo de manera independiente. Por lo tanto, recaería mayormente en estos dos líderes la responsabilidad de suplir los beneficios que antes tenían con bienestar, para seguir manteniendo una buena organización con el colectivo, esto significaría un retroceso y mayor carga para ellas.	Líderes de UCC: A la expectativa de cómo gestionar el próximo relevo generacional, ya que su existencia como proyecto depende de que un estudiante de enfermería los represente ante bienestar, por lo que también se presenta la necesidad de alcanzar a nuevos estudiantes que pertenezcan a la IPUC.	Fortalecer las estrategias orientadas a convocar a los estudiantes de la UNAL que pertenecen a la IPUC	




Delegada de MJB en UCC y amiga: Les afecta en sus sentimientos, pues debido al rechazo que pueden recibir por el estigma que existe frente al colectivo, esto podría afectar su estado de ánimo durante la interacción con el colectivo.	A favor de una solución frente a los prejuicios, esperan que las personas puedan darse la oportunidad de conocer al colectivo y hablar con la verdad más allá de las suposiciones	Proponen mejorar la comunicación en la difusión y el seguimiento para disminuir el estigma que existe por la raíz cristiana del colectivo.	Reforzar la relación entre el colectivo y la comunidad UNAL ajena a este espacio, para disminuir el estigma y tener mayor visibilización
Delegada de MJB para UCC: Le afecta en el sentido que, al no existir un seguimiento adecuado con los amigos, ella desconoce el proceso en el que se encuentran, cuántos amigos hay en exactitud, quiénes están interesados en integrarse más, etc.	Está a favor de que el colectivo mejore esta área para involucrarse mejor con los amigos e integrarlos más.	Se debe volver a implementar la estrategia BIS para que los amigos sientan el interés por parte de los miembros UCC para hacer parte del colectivo	
Delegada de MJB para UCC: Le afecta en su responsabilidad, pues al ser delegada de MJB para apoyar en UCC debe apoyar y trabajar por el objetivo en común: convocar a más amigos a los talleres.	A favor de que se siga promoviendo la invitación del voz a voz, ya que así es la manera en la que más llegan amigos a los talleres.	Mantener las estrategias que se utilizan para atraer a más amigos	
Líder de UCC: Le afecta cuando le causa preocupación la primera impresión que se puedan llevar los amigos al asistir a un taller, y evidencian que algunas personas que manejan el espacio no tienen la mejor preparación para hacerlo.	A favor de que los integrantes del colectivo que organizan los talleres mejoren sus habilidades comunicativas para el desarrollo de los mismos.	Incentivar la participación de los amigos en los talleres de Un Café Converso, mejorando el espacio a través de quienes moderan y dictan los talleres.	
Líderes en UCC: Les afecta en las estrategias que planean junto con la encargada de redes sociales, pues se perciben algo frustradas al no tener el alcance que desearían con el colectivo dentro de la universidad,	A favor de mejorar las estrategias de difusión y publicidad con el fin de posicionarse en la UNAL como un referente de grupo estudiantil.	Diseñar campañas efectivas en las que se posicione a UCC como un colectivo ícono de la UNAL	

d. Objetivos





Objetivo general: Fortalecer la organización interna de Un Café Converso mediante la comunicación estratégica para potenciar la construcción de una

comunidad de sentido.

Objetivos específicos:

-  Consolidar el sentido de pertenencia de los miembros de Un Café Converso para motivar el compromiso activo, la cohesión y la identificación con los valores y objetivos del colectivo.
-  Motivar la planeación colectiva de Un Café Converso en el mediano y largo plazo para encauzar hacia metas que motiven la acción.
-  Posicionar a Un Café Converso dentro de la Universidad Nacional Sede Bogotá como espacio de bienestar integral que impacta positivamente a la comunidad académica.

e. Públicos

-  **Amigos de Un Café Converso:** Estudiantes de la UNAL que asisten a los talleres de Un Café Converso con frecuencia.
-  **Miembros de Misión Juvenil Bogotá en Un Café Converso:** Integrantes de la IPUC y estudiantes de la UNAL que organizan los talleres.
-  **Comunidad UNAL ajena al colectivo:** Estudiantes, profesores, directivos, administrativos y demás miembros de la UNAL externos al colectivo.
-  **Bienestar Universitario de Enfermería:** Laura Sepúlveda, encargada de realizar el seguimiento y supervisión del correcto funcionamiento de Un Café Converso.


f. Estrategias, tácticas y acciones:


-  ***Estrategia 1: Reconectando con nuestra esencia***


Objetivo: Fortalecer el sentido de pertenencia en los miembros de MJB que asisten a Un Café Converso para que se apropien de su espacio, con el propósito de que se animen a capacitarse y mejorar sus habilidades para los talleres.


✓ **Táctica 1. Tazando el rumbo:** Generación de espacios de encuentro

y concertación para evaluar el estado actual de Un Café Converso, coordinar roles y planificar de manera estratégica su horizonte de futuro para los próximos años.

 **Acción 1.1. 911: Caja de logros:** Al inicio del primer semestre se tendrá una caja vacía que se irá llenando con papeles que describen los logros del colectivo en los aspectos que consideren. Se socializará a final de año para evaluar la eficacia de las estrategias e identificar las áreas de mejora.

 **Acción 1.2. Figuras de mejora:** Armar al final del semestre un rompecabezas en el que se deba responder las preguntas que se encuentran detrás de cada pieza. Estas calificarán su experiencia dentro del colectivo y se permitirán hacer el seguimiento de lo que más les gusta y lo que no a modo de retroalimentación.

 **Acción 1.3. TH cafetero:** Crear un equipo de Talento Humano que se encargue del bienestar de todos los asistentes, en temas de fechas especiales, celebraciones, atenciones, regalos, reconocimientos, colaboraciones, etc. Esto con el fin de que los miembros se sientan reconocidos y valorados.


 **Acción 1.4. RoLatte:** Picnic de creación colectiva de un manual de roles donde se especifiquen las funciones, habilidades y cualidades ideales para cada miembro MJB en UCC. De esta manera, se mejorará la organización y el funcionamiento del colectivo.


✓ **Táctica 2. Café con propósito:** Sensibilización a los integrantes de


Un Café Converso


sobre el propósito y misión del colectivo, fomentando, por un lado, la


comprensión profunda de los sentidos e identidad que comparten, y por el otro, su cohesión.

 **Acción 2.1. 911:** Gestionar un espacio de 911 para momentos de escucha, en donde los estudiantes puedan hablar con los chicos de UCC y compartir sus sentires en tal caso de que se hayan tocado fibras o requieran ayuda emocional cercana. Esto contribuye a fomentar el bienestar integral de los asistentes y miembros MJB.


 **Acción 2.2. Café - consejo:** Organizar integraciones por semestre donde los miembros de UCC puedan compartir y tener un espacio para consejería mutua como símbolo de red de apoyo. Esta se basa en que cada participante escriba de manera anónima sus preocupaciones, angustias, y demás para luego intercambiar su papel con otra persona, leer su petición y aconsejarle, la actividad concluye obteniendo nuevamente el papel propio, pero ahora con un mensaje. Su propósito es fortalecer la red de apoyo del colectivo y promover la empatía y la comprensión entre sus miembros.


 **Acción 2.3. Mural de sentidos:** Tener un espacio al final de cada mes para compartir entre todos las percepciones que han tenido de UCC y cómo ha sido su experiencia, con el fin de tener presente su significado para cada uno, aportar al sentido de pertenencia y poderlo materializar a través de pinturas, mensajes, fotos, etc., que alimentarán el mural.


 **Acción 2.4. Tarjetazo espresso:** Crear tarjeta misteriosa que los asistentes deberán ir descifrando con pistas implícitas entregadas en cada uno de los talleres. Las tarjetas se entregan al inicio del semestre y la última pista se dará a final del mismo. Esto motivará la asistencia a los talleres y la atención. Al final cada uno expondrá el avance de su tarjeta y se premiará a la persona que logre descifrarlo o al que más se aproxime.


 **Acción 2.5. Sombrero ajeno:** Integración para miembros de UCC con el fin de generar empatía a través de un juego de roles llamado los 6 sombreros donde deberán resolver, desde cada papel, un caso hipotético planteado.

✓ **Táctica 3. Aromas de aprendizaje:** Formación de los miembros de MJB que asisten a Un Café Converso en habilidades relativas al manejo de grupos a través de metodologías pedagógicas que aporten al desarrollo de talleres dinámicos y llamativos.

 **Acción 3.1. La mezcla perfecta:** Crear espacios de capacitación quincenales con los miembros de MJB en UCC para trabajar sus habilidades en liderazgo, manejo de grupo, dinámicas, entre otros.


 **Acción 3.2. De la semilla al conocimiento:** Establecer jornadas de exposición y relacionamiento mensual con la comunidad universitaria para poner en práctica los conocimientos y, a la vez, convocar a más estudiantes.

 **Acción 3.3. Sabor del triunfo:** Realizar una ceremonia de graduación en la que, tras asistir a las capacitaciones y poner en práctica de manera eficiente lo aprendido, se reconozca el compromiso de quienes participaron. Para así, asumir el compromiso de transmitir sus conocimientos a la próxima generación.


 **Acción 3.4. Talleres en taza:** Bimensualmente, acompañados de una taza de café, los miembros de UCC, por turnos, llevarán problemas hipotéticos que se puedan presentar dentro del colectivo con el fin de examinar cómo abordarlo de manera colectiva. Esto para contar con una bitácora de lecciones aprendidas como ruta de buenas prácticas.


 **Estrategia 2: Despertar de fibras**

✓ **Táctica 1. Café de conexiones:** Articulación de Un Café Converso con Bienestar Universitario de Enfermería y otros colectivos de MJB para crear una red de intercambio de saberes y experiencias que enriquezcan su accionar.


 **Acción 1.1. El café del bienestar:** Crear un espacio entre el colectivo y bienestar universitario de enfermería para planificar programas y/o campañas conjuntas orientadas a la comunidad estudiantil en días


efemérides. (Por ejemplo, día de la salud mental, día de la amistad).


 **Acción 1.2 Capuchino doble:** Realizar un evento colaborativo con el colectivo ECO, de la Universidad Javeriana, centrado en una serie de desafíos en torno a la salud mental para promover el bienestar emocional, espiritual y la cooperación entre estudiantes.

 **Acción 1.3. Latte de ideas:** Coordinar sesiones de brainstorming para pensar en estrategias compartidas que puedan ser aplicadas en el contexto de los colectivos de MJB en las diferentes universidades.

✓ **Táctica 2. UN lugar a la vez**


 **Acción 2.1 Teatro al parque:** Sesión semestral de teatro al aire libre e improvisado sobre situaciones de salud mental donde se involucre al público para dar soluciones y finalmente se invite a participar de más temas relacionados en los talleres.

 **Acción 2.2. UN americano:** Realizar taller anual al aire libre donde puedan integrarse estudiantes del campus interesados en hacer parte de la reflexión. Al final, se entregarán cajas de herramientas de salud mental a la que los participantes puedan acudir en momentos de estrés, ansiedad, depresión, entre otros.


 **Acción 2.3. Toma tu semilla:** “Toma lo que necesites” es una dinámica en la que semestralmente se colocarán papeles desprendibles en puntos estratégicos de la U. Aquí las personas podrán llevarse mensajes y/o consejos dependiendo a lo que necesiten. Además de la info. sobre RRSS y contacto del colectivo para unirse.


✓ **Táctica 3. Sabor a click:** Diseñar un plan de difusión digital para


promocionar los talleres y actividades de Un Café Converso dentro de la comunidad universitaria.

 **Acción 3.1. Parrillada cafetal:** Organizar jornadas mensuales para la creación de una parrilla de contenidos para Instagram con el fin de hacer crecer la cuenta, visibilizarse y conseguir que la comunidad UNAL referencie a UCC

en la universidad. En donde se propone realizar videos tipo vox populi. blogger, estilo de vida, acompáñame a un taller, etc.

 **Acción 3.2. Gana con Ganas:** Crear un concurso en redes sociales con el apoyo de bienestar donde los participantes deban realizar una actividad creativa relacionada con la salud mental y espiritual, con el fin de interactuar de manera más activa con el público y aumentar la cantidad de seguidores.

 **Acción 3.3. Sembradora de comienzos:** Crear un transmedia donde se pueda interactuar con las historias reales de personas dentro de la comunidad universitaria que hayan experimentado transformaciones significativas o superando desafíos importantes gracias a su fe, educación o experiencias en el UCC. Estos testimonios deben ser auténticos y conmovedores, capaces de conectar emocionalmente con la audiencia.

 **Acción 3.4. Un día en Un Café Converso:** Pautar campaña con influencers de la UNAL donde compartan su experiencia en el colectivo para aumentar el alcance del colectivo en redes sociales.

g. Mensajes, canales e indicadores

ESTRATEGIA 1	RECONECTANDO CON NUESTRA ESENCIA	TÁCTICA 1	ACCIONES	MENSAJES	CANALES	INDICADORES
			1.1 Caja de logros 1.2 Figuras de mejora 1.3 TH Cafetero 1.4 RoLatte	1.1. Cosechando logros como granos de café 1.2. Tu voz en cada pieza, como el café en cada taza 1.3. Fechas que nos calientan el alma 1.4. Cada miembro aporta su esencia, como un grano de café a la mezcla perfecta	1.1. Grupo Whatsapp / voz a voz 1.2. Instagram / grupo de Whatsapp 1.3. Grupo de líderes de Whatsapp 1.4. Grupo de Whatsapp UCC / folleto de resumen	1.1. # Logros año 2-# Logros año 1 / # Logros año 1 1.2. Suma de calificaciones de satisfacción/ # de preguntas respondidas x Calificación máxima 1.3. # de miembros que se sienten reconocidos y valorados en UCC / # Total miembros UCC 1.4. #Roles definidos en el manual/#total roles identificados
		TÁCTICA 2	2.1. Mi 911 2.2. Café y un consejo 2.3. Mural de sentidos: 2.4. Tarjetazo espresso: 2.5. Sombrero ajeno	2.1. Tu rincón de café y escucha 2.2. Hablar es reconfortante como una buena taza de café 2.3. Expresión colectiva para construir comunidad 2.4. Encuentra las pistas, disfruta el viaje 2.5. diferentes roles, un mismo objetivo	2.1. Grupo WhatsApp UCC 2.2. Grupo WhatsApp UCC / Instagram / grupos Facebook UNAL 2.3. Grupo de WhatsApp/ Mural / fotos / pinturas / dibujos 2.4. Tarjetas impresas / Grupo de WhatsApp / Instagram 2.5. Grupo de WhatsApp	2.1. #estudiantes que utilizan el espacio 911/ #total miembros del colectivo 2.2. Suma de Calificaciones de Satisfacción/ # Total de Participantes en la Encuesta x Calificación Máxima 2.3. # de Contribuciones al Mural / # Total de Participantes en la Actividad 2.4. Promedio de Asistentes Después de Implementar la Actividad/ Promedio de Asistentes Antes de Implementar la Actividad 2.5. # de Casos Resueltos Satisfactoriamente / # Total de casos planteados
		TÁCTICA 3	3.1. La mezcla perfecta 3.2. De la semilla al conocimiento 3.3. Sabor del triunfo 3.4. Talleres en taza:	3.1. Nutrimos nuestras habilidades para cosechar líderes excepcionales 3.2. Nuestras jornadas como un espresso: concentrados, intensos y llenos de valor. 3.3. Levantamos nuestras tazas en honor a su dedicación y triunfo 3.4. Cada taza de café es una oportunidad para encontrar soluciones.	3.1. Grupo de WhatsApp / Voz a voz 3.2. Grupo de WhatsApp / Voz a voz / Instagram y Facebook 3.3. Grupo de WhatsApp / Voz a voz / Correo electrónico 3.4. Grupo de WhatsApp / Voz a voz	3.1. (# de capacitaciones realizadas / # de capacitaciones planificadas) x (# total de asistentes / # total de capacitaciones realizadas x # de miembros) 3.2. ((# de jornadas realizadas / # de jornadas planificadas) x (# total de participantes / # total esperado de participantes) x (# de nuevos estudiantes convocados / meta de nuevos estudiantes convocados) x 100 3.3. # de miembros de MJB en UCC graduados / # de miembros de MJB en UCC que comenzaron las capacitaciones 3.4. # de problemas resueltos / # total de problemas presentados x 100

Ilustración 16 - Creación propia - Tabla de mensajes, canales e indicadores E1

ESTRATEGIA 2	DESPERTAR DE FIBRAS	TÁCTICA 1	ACCIONES	MENSAJES	CANALES	INDICADORES
			1.1. El café del bienestar: 1.2. Capuchino doble: 1.3. Latte de ideas:	1.1. Café y Bienestar: La fórmula para un campus mejor 1.2. Café, comunidades y cooperación: la receta perfecta para el bienestar estudiantil 1.3. El aroma del café envuelve nuestras mentes con ideas bien preparadas	1.1. Correo electrónico / Voz a voz 1.2. Grupo de WhatsApp / Instagram / Voz a voz 1.3. Correo electrónico / Voz a voz	1.1. # de programas o campañas ejecutadas con éxito / # total de programas o campañas planificadas 1.2. Suma de calificaciones de satisfacción/ # de preguntas respondidas x Calificación máxima 1.3. # de sesiones de brainstorming realizadas / # de estrategias generadas en las sesiones de brainstorming
		TÁCTICA 2	2.1 Teatro al parque: 2.2. UN americano: 2.3. Toma tú semilla:	2.1 Del café al teatro: escenas que sanan 2.2 Dosis de café para nuestro bienestar 2.3 Un grano de café al día, tomalo con energía y alegría	2.1 grupo de WhastApp 2.2 Instagram, grupo de WhastApp, grupos de Facebook de la UNAL 2.3 Folletos con desprendibles	2.1 # de asistentes activos en la sesión / # Total de asistentes 2.2 # de asistentes activos en la sesión / # Total de asistentes 2.3 # de personas que participaron / # total de personas en la universidad
		TÁCTICA 3	3.1. Parrillada cafetal: 3.2 Gana con Ganas: 3.3. Sombradora de comienzos 3.4. Un día en Un Café Converso:	3.1 Sembrando contenidos para el alma 3.2 Tu creatividad es como el café: energizante! 3.3 Descubre cómo desde las historias que inspiran y la fe se transforman vidas 3.4. Un día en Un Café Converso para recargar tu vida y tu corazón	3.1 Instagram / WhatsApp / Facebook 3.2 Instagram, grupos de WhastApp, grupo de Facebook de la UNAL 3.3 Instagram, grupos de WhatsApp, grupos de Facebook de la universidad, códigos QR 3.4. Instagram y Facebook	3.1 # de visitas obtenidas / # de visitas normales 3.2 # de seguidores después del concurso/ #seguidores antes del concurso 3.3 # de usuarios que interactúan con las actividades participativas del trasmedia / # total de usuarios que visitan el trasmedia 3.4. (# de seguidores después de la campaña / #seguidores antes de la campaña) x (# nuevos asistentes a talleres UCC después de la campaña/ # asistentes a talleres UCC antes de la campaña)

Ilustración 17 - Creación propia . Tabla de mensajes, canales e indicadores E2

h. Cronograma



Primer año (2025)

Tácticas	Actividades	Año 1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Tazando el rumbo	1.1. Caja de logros												
	1.2. Figuras de mejora												
	1.3. TH cafetero												
	1.4. RoLatte												
Café con propósito	2.1. 911												
	2.2. Café - consejo												
	2.3. Mural de sentidos												
	2.4. Tarjetazo espresso												
	2.5. Sombrero ajeno												
Aromas de aprendizaje	3.1. La mezcla perfecta												
	3.2. De la semilla al conocimiento												
	3.3. Sabor del triunfo												
	3.4. Talleres en taza												
Café de conexiones	1.1. El café del bienestar												
	1.2. Capuchino doble												
	1.3. Latte de ideas												
UN lugar a la vez	2.1. Teatro al parque												
	2.2. UN americano												
	2.3. Toma tu semilla:												
Sabor a click	3.1. Parrillada cafetal												
	3.2. Gana con Ganas												
	3.3. Sombradora de comienzos												
	3.4. Un día en Un Café Converso												



Segundo año (2026)

Tácticas	Actividades	Año 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Tazando el rumbo	1.1. Caja de logros												
	1.2. Figuras de mejora												
	1.3. TH cafetero												
	1.4. RoLatte												
Café con propósito	2.1. 911												
	2.2. Café - consejo												
	2.3. Mural de sentidos												
	2.4. Tarjetazo espresso												
	2.5. Sombrero ajeno												
Aromas de aprendizaje	3.1. La mezcla perfecta												
	3.2. De la semilla al conocimiento												
	3.3. Sabor del triunfo												
	3.4. Talleres en taza												
Café de conexiones	1.1. El café del bienestar												
	1.2. Capuchino doble												
	1.3. Latte de ideas												
UN lugar a la vez	2.1. Teatro al parque												
	2.2. UN americano												
	2.3. Toma tu semilla:												
Sabor a click	3.1. Parrillada cafetal												
	3.2. Gana con Ganas												
	3.3. Sombradora de comienzos												
	3.4. Un día en Un Café Converso												

i. Presupuesto



Presupuesto general	
Organización: Un Café Converso	
Nombre del proyecto	Plan estratégico de comunicación Más que Café: Sembramos sentido, cosechamos bienestar
Estrategias	Valor total
Estrategias 1 y 2 Primer año	\$ 26.982.900,00
Estrategias 1 y 2 Segundo año	\$ 19.214.400,00
Valor total PECO	\$46.197.300

Ilustración 18 - Creación propia. Presupuesto



Presupuesto primer año (Estrategias 1 y 2)

Estrategias	Tácticas	Actividades	Insumos / Recursos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Reconectando con nuestra esencia	Tazando el rumbo	1.1. Caja de logros	Caja de cartón	Unidad	1	\$ 6.900,00	\$ 6.900,00
		1.2. Figuras de mejora	Rompecabezas personalizado	Caja	1	\$ 20.900,00	\$ 20.900,00
		1.3. TH Cafetero	Agenda	Unidad	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
			Regalos	Docena	25	\$ 20.000,00	\$ 500.000,00
			Material impresión	Unidad	60	\$ 2.000,00	\$ 120.000,00
		1.4. Rolatte	Refrigerio	Unidad	30	\$ 15.000,00	\$ 450.000,00
			Material impresión	Unidad	7	\$ 2.000,00	\$ 4.900,00
	Utensilios Picnic		Unidad	7	\$ 30.000,00	\$ 210.000,00	
	Café con propósito	2.1. 911	Agua pequeña	Paca x 24 unidades	1	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00
		2.2. Café - consejo	Esferos	Caja x 12 unidades	4	\$ 14.000,00	\$ 56.000,00
			Papel	Resma	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
			Refrigerio	Docena	7	\$ 96.000,00	\$ 672.000,00
		2.3. Mural de sentidos	Rollo de corcho	Unidad	2	\$ 48.000,00	\$ 96.000,00
			Material impresión	Unidad	40	\$ 2.000,00	\$ 80.000,00
			Marcadores	Caja x24 unidades	2	\$ 50.000,00	\$ 100.000,00
			Pinceles	unidad	25	\$ 1.800,00	\$ 45.000,00
			Chinchas	Caja mini	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
		2.4. Tarjetazo espresso	Material impresión	Unidad	25	\$ 2.000,00	\$ 50.000,00
		2.5. Sombrero ajeno	Refrigerio	Unidad	30	\$ 10.000,00	\$ 300.000,00
			Sombreros divertidos	Unidad	6	\$ 22.600,00	\$ 135.600,00
		Aromas de aprendizaje	3.1. La mezcla perfecta	Capacitadores	Hora	21	\$ 100.000,00
	Refrigerio			Docena	7	\$ 96.000,00	\$ 672.000,00
	Papelería			Unidad	1	\$ 41.000,00	\$ 41.000,00
	3.2. De la semilla al conocimiento		Folletos	Unidad	100	\$ 4.000,00	\$ 400.000,00
			Material pop	Unidad	96	\$ 2.500,00	\$ 240.000,00
3.3. Sabor del triunfo	Diplomas		Unidad	25	\$ 1.000,00	\$ 25.000,00	
	Comida		Plato	15	\$ 22.000,00	\$ 330.000,00	
3.4. Talleres en taza	Café		Libra	4	\$ 18.900,00	\$ 75.600,00	
	Vasos desechables 12 oz	paquete x 200 unidades	1	\$ 29.300,00	\$ 29.300,00		
	Material impresión	Unidad	25	\$ 7.000,00	\$ 175.000,00		
Despertar de fibras	Café de conexiones	1.1. El café del bienestar	Utilería	Unidad	7	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00
		1.2. Capuchino doble	Transporte	Unidad	10	\$ 3000	\$ 30000
			Material didáctico	Kit	2	\$ 20000	\$ 40000
		1.3. Latte de ideas	Caja de herramientas	Unidad	40	\$ 50.000,00	\$ 2.000.000,00
	UN lugar a la vez	2.1. Teatro al parque	Utilería	Unidad	7	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00
			Refrigerio	Unidad	25	\$ 10.000,00	\$ 250.000,00
			Transporte: Grupo	Unidad	4	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00
	2.2. UN americano	Caja de herramientas	Unidad	40	\$ 50.000,00	\$ 2.000.000,00	
	2.3. Toma tu semilla	Material impresión	Unidad	30	\$ 1.500,00	\$ 45.000,00	
	Sabor a click	3.1. Parrillada cafetal	Micrófono de solapa	Unidad	1	\$ 43.900,00	\$ 43.900,00
		3.2. Gana con ganas	Celular	Unidad	1	\$ 3.800.000,00	\$ 3.800.000,00
		3.3. Sembradora de comienzos	Premios	Unidad	5	\$ 70.000,00	\$ 350.000,00
			Diseñador de transmedia x 1 mes	Hora	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
	3.4. Un día en Un Café Converso	Influencer	Hora	3	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00	
						Total:	\$ 26.982.900,00



Presupuesto segundo año (Estrategias 1 y 2)

Estrategias	Tácticas	Actividades	Insumos / Recursos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total	
Reconectando con nuestra esencia	Tazando el rumbo	1.1. Caja de logros	Caja de cartón	Unidad	1	\$ 6.900,00	\$ 6.900,00	
		1.2. Figuras de mejora	Rompecabezas personalizado	Caja	1	\$ 20.900,00	\$ 20.900,00	
	Café con propósito	2.1. 911	2.1. 911	Agua pequeña	Paca x 24 unidades	1	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00
			2.2. Café - consejo	Esferos	Caja x 12 unidades	4	\$ 14.000,00	\$ 56.000,00
		Papel		Resma	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	
		Refrigerio		Docena	7	\$ 96.000,00	\$ 672.000,00	
		2.3. Mural de sentidos	2.3. Mural de sentidos	Rollo de corcho	Unidad	2	\$ 48.000,00	\$ 96.000,00
			Material impresión	Unidad	40	\$ 2.000,00	\$ 80.000,00	
			Marcadores	Caja x24 unidades	2	\$ 50.000,00	\$ 100.000,00	
			Pinceles	unidad	25	\$ 1.800,00	\$ 45.000,00	
			Chinchas	Caja mini	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00	
		2.4. Tarjetazo espresso	2.4. Tarjetazo espresso	Pinturas	Caja x12	2	\$ 44.000,00	\$ 88.000,00
	2.4. Tarjetazo espresso	2.4. Tarjetazo espresso	Material impresión	Unidad	25	\$ 2.000,00	\$ 50.000,00	
	3.2. De la semilla al conocimiento	3.2. De la semilla al conocimiento	Folletos	Unidad	100	\$ 4.000,00	\$ 400.000,00	
			Material pop	Unidad	96	\$ 2.500,00	\$ 240.000,00	
		3.4. Talleres en taza	Café	Libra	4	\$ 18.900,00	\$ 75.600,00	
Vasos desechables 12 oz			paquete x 200 unidades	1	\$ 29.300,00	\$ 29.300,00		
Despertar de fibras	Café de conexiones	1.1. El café del bienestar	Utillería	Unidad	7	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00	
		1.3. Latte de ideas	Caja de herramientas	Unidad	40	\$ 50.000,00	\$ 2.000.000,00	
	UN lugar a la vez	2.1. Teatro al parque	Utillería	Unidad	7	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00	
			Refrigerio	Unidad	25	\$ 10.000,00	\$ 250.000,00	
		Transporte: Grupo	Unidad	4	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00		
		2.2 UN americano	2.2 UN americano	Caja de herramientas	Unidad	40	\$ 50.000,00	\$ 2.000.000,00
		2.3. Toma tu semilla	2.3. Toma tu semilla	Material impresión	Unidad	30	\$ 1.500,00	\$ 45.000,00
	Sabor a click	3.1 Parrillada cafetal	Micrófono de solapa	Unidad	1	\$ 43.900,00	\$ 43.900,00	
			Celular	Unidad	1	\$ 3.800.000,00	\$ 3.800.000,00	
		3.4. Un día en Un Café Converso	3.4. Un día en Un Café Converso	Influencer	Hora	3	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00
						Total:	\$ 19.214.400,00	

12. Conclusiones

El panorama de la salud mental en nuestro país es preocupante, pues según una encuesta realizada por el Ministerio de Salud en 2023, el 66,3% de los colombianos experimentaron problemas en este sentido en algún momento de su vida, con una incidencia particularmente alta entre mujeres y jóvenes. A pesar de estas reveladoras cifras, el sistema de salud actual aún no le presta al asunto la atención que merece, pues en la misma encuesta quienes alguna vez habían hecho uso de estos servicios percibieron una mala calidad en la atención prestada.

Tras un año de inmersión en el colectivo Un Café Converso, en el que pudimos conocer desde una mirada estratégica a la organización como un tejido de sentidos comunes que a diario reafirma su compromiso por fortalecer la salud mental, emocional y espiritual de la comunidad UNAL, pudimos comprobar la importancia de fortalecer este tipo de espacios que son una gran necesidad hoy en día para los jóvenes.

Por supuesto, para que esto suceda, se debe recordar que se evidenció la existencia de desafíos en varios sentidos:

1. La inadecuada distribución de responsabilidades dentro del colectivo, trajo consigo una serie de repercusiones relacionadas con la dependencia sobre una de las líderes y el poco involucramiento.
2. La poca preparación de los talleristas, lo cual afecta la calidad de los talleres ofrecidos, ahuyentando a nuevos interesados en vincularse.
3. La poca visibilización que tiene el colectivo frente a la comunidad académica, limitando en gran manera su impacto y el cumplimiento de una gran parte de su propósito.

Todo esto, confluye en la importancia de proponer acciones estratégicas encaminadas a robustecer la construcción de una comunidad de sentido que traiga consigo la cohesión, apropiación e identificación de todos sus miembros

para que trasciendan y se conviertan en un referente de bienestar en la universidad.

En definitiva, la comunicación estratégica es un elemento clave para llegar a ese escenario deseado, pues la planeación de un futuro compartido requiere la implementación de acciones efectivas que realmente respondan a las necesidades internas y externas detectadas previamente.

Por supuesto, en este proceso confirmamos la importancia de verdaderamente conectar con la realidad del colectivo, algo que si bien utilizar las herramientas adecuadas una relación con la organización va más allá de su aplicación. Por ello, la necesidad de crear comunidad y sentidos que transformen con actores influyentes que aporten a la articulación de saberes, además de conocer su contexto para comprender su historia sin tener que repetirla.

Por otro lado, evidenciamos que durante intervalo entre el diagnóstico y análisis desarrollado durante el periodo de 2022 -1 y el 2024 - 1 hubo dentro del colectivo diversos cambios en los actores, tipo de problemas, necesidades u oportunidades. Por ende, se transformó la realidad del colectivo, su entorno y comunicación, lo que a su vez cambió los objetivos iniciales de este diagnóstico.

Por último, dentro del proceso de análisis y creación del plan estratégico de comunicación, nuestro rol como equipo consultor ha sido de creación e innovación durante el planteamiento de las estrategias que llevan a la futura ejecución de las mismas. Además de reconocer y comprender la importancia de la perspectiva de los diversos actores que aportaron y nos ayudaron compartiendo sus experiencias y motivaciones dentro y fuera de UCC. Nuestro propósito es que en el futuro logremos llevar a la ejecución todo lo que aquí se planteó, y más allá, que todo lo planteado y ejecutado tenga los resultados esperados para que el colectivo UCC siga dejando huella.

13. Referencias

Alcivar, M. (2016). Estructura de Desglose de Trabajo como herramienta para la Planificación de Proyectos. Recuperado de

<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Riemat/article/view/919/817>

Amezcuca, M. P. (2012). Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para la Pymes. *Universidad & Empresa No. 22*, 131-149.

Anguita, C., Labrador, R., & Campos, D. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 527-538.

Ardila, Y. G., & Agudelo, M. C. (2016). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 194-239.

Baracaldito, J. (06 de Julio de 2017). *Prezi*. Obtenido de:

<https://prezi.com/xweg6etmyjy2/modelo-de-las-6-cajas/>

Buitrago, L.2 Castro, L., Martínez, A. y Moreno, S. (2012). EL ARTE COMO MANIFESTACIÓN DEL ACCIONAR DE COMUNIDADES DE SENTIDO. Recuperado de:

https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9044/1_ArteManifestacion-ConTextos8.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Casanova, M. J., & Orozco, K. S. (2007). Organizaciones juveniles: ¿espacios de formación ciudadana? *Signo y Pensamiento 51*, 150-160.

Ceballos, Á. F. (2021). *La evangelización como estrategia comunicativa en el hecho religioso estudiantil*. Pasto: Universidad Santo Tomás de Aquino.

Colombia, I. P. (s.f.). *IPUC Web Máster*. Obtenido de <https://ipuc.org.co/>

Colombia, U. N. (s.f.). *UNAL en un vistazo*. Obtenido de

<http://estadisticas.unal.edu.co/home/>

Converso, U. C. (s.f.). *Facebook*. Obtenido de

<https://www.facebook.com/uncafeconverso/>

Converso, U. C. (s.f.). *Instagram*. Obtenido de

<https://www.instagram.com/uncafeconverso/?hl=es>

Reformada, C.U.R. (s.f.). CUR Web Máster. Obtenido de <https://www.curunal.org/>

Escobar, J., & Bonilla, F. (S.f) CUADERNOS HISPANOAMERICANOS DE PSICOLOGÍA, Vol. 9 (No. 1), 51-67. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/957/1/Gupos%20focales%20una%20gu%C3%ADa%20conceptual%20y%20metodol%C3%B3gica.pdf>

Favaro, D. (s.f.). Principios cristianos de la comunicación. En *Comunicación organizacional* (págs. 54-59). Buenos Aires: Centro Regional Ecuménico de Asesoría y Servicio.

Feixa, C. (1994). De las bandas a las culturas juveniles. Estudios sobre las culturas contemporáneas, (15), 139-170. Tomado de: <https://www.redalyc.org/pdf/316/31601507.pdf>

Fernández, N. S. (2017). Comunidades de sentido y espacios de sociabilidad. Un análisis de las experiencias religiosas juveniles en parroquias renovadas del gran Buenos Aires. *Revista Cultura Y Religión*, 11(2), 5–28. Tomado de: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/51788/CONICET_Digital_Nro.9ab4f20c-d559-4ed0-a4cf-d9920fa7ae24_B.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Folgueiras, P. (2016). Técnica de recogida de información: La entrevista. *Diposit Digital*. Tomado de: <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Gómez, E., Navas, D., Aponte, G., & Betancourt, L. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *Scielo*. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0012-73532014000200021&script=sci_arttext

González. S., Sánchez. M., & Hernández. R. (2023). Árbol de problemas como base en la investigación. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ICSA/article/view/11153/10729>

Massoni, S. (2013). Comunicación estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva en comunicación. Tomado de: <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/6240e4fe-a701-40dc-9112-89b1565d776f/content>

Mella, O. (2000). *Grupos focales (“Focus groups”)*. *Técnica de investigación cualitativa*. Santiago de Chile: Documento de Trabajo N° 3, CIDE.

Ministerio de Salud. (Octubre 11 de 2023). Encuesta de Minsalud revela que el 66,3% de los colombianos declara haber enfrentado algún problema de salud mental. Bogotá D.C. Boletín de prensa No 231 de 2023. Tomado de: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/66-porciento-de-colombianos-declara-haber-enfrentado-algun-problema-de-salud-mental.aspx>

Munilla, M. J. (2012). La evangelización de los jóvenes ante la “emergencia afectiva”. *Ecclesia*, 411- 428

Nariño, A. H., León, A. M., & Rivera, D. N. (2009). Criterios para la elaboración de mapas de procesos. Particularidades para los servicios hospitalarios. *Ingeniería industrial*, 1-7.

Pardo, J. (2012). Configuración y usos de procesos. Recuperado de https://www.edicionescpge.es/wp-content/uploads/2016/06/9788481437966_extracto.pdf

Pedraza, O. (2001). La Matriz de Congruencia: Una Herramienta para Realizar Investigaciones Sociales. Recuperado de <file:///D:/User/Downloads/Dialnet-LaMatrizDeCongruencia-5900518.p>

df

Piñeiro, E.(2015).Observación participante: una introducción. Recuperado de:
<http://www.revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/116/72>

Quinapanta, M. A., Jiménez, R. F., & Rivera, D. N. (2019). Influencia del talento humano y su impacto en la responsabilidad social empresarial y en la trazabilidad del café ecuatoriano. *Veritas & Research*, 045-053.

Ramírez Varela, Francisco. (2008). El Mito de la Cultura Juvenil. *Última década*, 16(28), 79-90.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362008000100005>

Reguillo, R. (2007). Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión. *Juventude e contemporaneidade*, 47. Tomado de:
<https://web.eep.br/~phlbiblio/10018866.pdf#page=49>

Sandoval, C. (2002). Investigación cualitativa. INSTITUTO COLOMBIANO PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR, ICFES. Recuperado de
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2815/1/Investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

Suárez, M. N. (s.f.). *El Diseño Metodológico a partir de los Objetivos de Investigación*. México: Centro de Investigaciones para el Desarrollo CAYE SAS. Ponencia Congreso CLAXO.

Uranga, W. (2007). Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Tomado de:
https://www.colegiosteresita.edu.ar/admin/upload/docs/14_mirar_desde.pdf

Uranga, W. (2009). *El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la*

comunicación. Algunos ejemplos y propuestas para trabajar, material de la cátedra de Planificación de Procesos comunicacionales. Ciudad de La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Uranga, W. (2012). *Perspectiva comunicacional.* Cuadernos de cátedra No. 2. Tomado de:

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/77808/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Uriarte, L. (2011). *Desafíos de una evangelización inculturada entre los jóvenes.* España: Temuco.

UTBB. (16 de Marzo de 2015). *slideshare.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/BereeLove/marvin-weisbord-y-el-modelo-de-6-cajas>

Yüksel, I. (2012). Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for Pestel Analysis. *International Journal of Business and Management*, 7 (24), 52-66. Recuperado de <https://www.semanticscholar.org/paper/Developing-a-Multi-Criteria-Decision-Making-Model-Y%C3%BCksel/8ff84ff68ca2f0d11106b9264f51a985ad248d62>

Zarzuri Cortés, Raúl . (2000). Notas para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: las tribus urbanas. *Última década*, 8(13), 81-96. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362000000200005>

14. Anexos

[Anexo](#) Carpeta de encuestas

[Anexo](#) Carpeta de entrevistas

[Anexo](#) Carpeta de grupo focal

[Anexo](#) Carpeta de matrices

[Anexo](#) Carpeta de cronogramas

[Anexo](#) Presupuesto

[Anexo](#) EDT