Educación

Universidad de Cartagena
Fundada en 1827

EQUILIBRIO
Bienestar socio emocional
para la permanencia estudiantil

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Documento Técnico de Diseño de la campaña de sensibilización y divulgación sobre discapacidad psicosocial y neurodivergencia

"EQUILIBRIO: BIENESTAR SOCIOEMOCIONAL PARA LA PERMANENCIA ESTUDIANTIL EN LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA"	
CONVENIO	CONVENIO ESPECIAL BID NÚMERO CO1.PCCNTR.9518027 DE 2026 SUSCRITO ENTRE EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL Y LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
OBJETO	DISEÑAR E IMPLEMENTAR PLANES Y PROGRAMAS QUE FORTALEZCAN LAS ESTRATEGIAS DE PERMANENCIA EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL MARCO DEL CONPES 4122 Y EL CONTRATO DE PRÉSTAMO NO. 5850/OC COMPONENTE 2. UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.
NOMBRE DEL PROYECTO	FORTALECIMIENTO SOCIOEMOCIONAL PARA LA PERMANENCIA E INCLUSIÒN ESTUDIANTIL EN LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
OBJETIVO DEL PROYECTO	Diseñar e implementar estrategias integrales orientadas al fortalecimiento de factores protectores de la salud mental y el desarrollo de competencias socioemocionales y habilidades blandas, con el propósito de optimizar los programas y servicios de acompañamiento psicosocial existentes en la Universidad de Cartagena, promoviendo la inclusión, la equidad y la diversidad y favoreciendo la permanencia estudiantil.
OBJETIVO	Diseñar e implementar una campaña de sensibilización y divulgación dirigida a estudiantes de primer semestre, orientada al reconocimiento, respeto e inclusión de estudiantes con discapacidad psicosocial y neurodivergencia, así como al fortalecimiento de los factores protectores de la salud mental y el desarrollo de competencias socioemocionales.
INDICADOR	Porcentaje de estudiantes de primer semestre que participan en la campaña de sensibilización y divulgación sobre discapacidad psicosocial y neurodivergencia y declaran una mejora en su nivel de conocimiento, concientización.
META	Veinticinco por ciento (25%) de los estudiantes de primer semestre que participan en la campaña de sensibilización y divulgación sobre discapacidad psicosocial y neurodivergencia que declaran una mejora en su nivel de conocimiento, concientización y competencias socioemocional.

Un (1) documento técnico de diseño de la campaña de sensibilización y divulgación sobre discapacidad psicosocial y neurodivergencia, que contenga: (i) objetivo, justificación y alcance, (ii) contenidos a divulgar y competencias socioemocionales a fortalecer, (iii) estrategia pedagógica y comunicativa, (iv) diseño de instrumentos pre y post de valoración que permitan identificar el autoreporte de los estudiantes frente al nivel de conocimiento, concientización y competencias socioemocional, (v) estrategia de registro y seguimiento de participantes, y (vi) cronograma de implementación.

TABLA DE CONTENIDO

1.- DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL 4
1.1 Introducción y Marco Institucional 4
1.2. Contexto Estadístico de Deserción y Permanencia en estudiantes de primer semestre 4
1.4. Diagnóstico Clínico y Psicosocial (Línea de Base) 5
1.4.1. Análisis de Motivos de Consulta (Período 2025-2) 6
1.4.2. Caracterización Estudiantil - Módulo de Permanencia Adviser (Período 2026-1) . 6
2. OBJETIVO 7
3. ALCANCE 7
4. CONTENIDOS A DESARROLLAR Y COMPETENCIAS SOCIOEMOCIONALES A FORTALECER 7
5. ESTRATEGIA PEDAGÓGICA Y COMUNICATIVA 9
5.1. ENFOQUE METODOLÓGICO 9
5.2. METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS 9
5.3. SECUENCIA DIDÁCTICA 9
5.4. DESARROLLO METODOLÓGICO DE LAS ACTIVIDADES 10
5.5. RECURSOS PEDAGOGICOS 11
5.6. ACTORES CLAVE Y RESPONSABLES 11
5.7. ESTRATEGIA DE EALUACIÓN PEDAGÓGICA 11
5.8. CONCEPTO CREATIVO 12
6. DISEÑO DE INSTRUMENTOS PRE Y POST DE VALORACIÓN 12
7. ESTRATEGIA DE REGISTRO Y SEGUIMIENTO 12
8. CRONOGRAMA GENERAL 13
9. METAS PARA INDICADORES EN REDES SOCIALES 14
10. EVALUACIÓN 14

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Documento Técnico de Diseño

1.- DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

1.1 Introducción y Marco Institucional

La **Universidad de Cartagena** concibe la permanencia estudiantil y la graduación exitosa como un **imperativo ético y misional**. El aseguramiento del trayecto académico de los estudiantes se gestiona de manera transversal y estratégica a través del **Sistema Institucional de Retención Estudiantil (SIRE)**, establecido desde el año 2012.

El SIRE opera bajo un enfoque preventivo e integral que abarca estrategias de carácter preventivo y correctivo, estructuradas en torno a los **componentes psicosocial, académico y socioeconómico**. Estas acciones se complementan mediante mecanismos de seguimiento y evaluación, con alcance específico para aquellos estudiantes que enfrentan dificultades en su adaptación a la vida universitaria, condicionalidad académica, repitencia o riesgo socioeconómico. Adicionalmente, se prioriza la atención diferencial dirigida a poblaciones vulnerables, con el objetivo de fortalecer su inclusión y brindar un apoyo integral que favorezca su continuidad educativa.

En este ecosistema, la campaña *EQUILIBRIO*, *bienestar socioemocional para la permanencia estudiantil* se constituye como el eje articulador del componente **psicosocial** conectando de manera directa con las dimensiones académica, socioeconómica y de seguimiento.

1.2. Contexto Estadístico de Deserción y Permanencia en estudiantes de primer semestre

El análisis sistemático de los indicadores de permanencia de la Universidad de Cartagena se apoya en las métricas del **Sistema para la Prevención de la Deserción en las Instituciones de Educación Superior (SPADIES)** y las directrices del **Ministerio de Educación Nacional (MEN)**.

1.2.1. Deserción Anual y Concentración Crítica

Durante los últimos ocho años, la institución ha registrado una tasa de deserción por periodo inferior al 10%, ubicándose consistentemente por debajo de la media nacional. No obstante, las métricas históricas advierten un patrón crítico en el **primer semestre**, el cual representa el hito de transición más traumático en términos de adaptación psicopedagógica y relacional. Es en este periodo inicial

donde el choque adaptativo, la falta de competencias socioemocionales y la ausencia de redes de apoyo socioemocionales detonan los mayores índices de abandono temprano.

1.2.2. Deserción Promedio Acumulada

La tasa de deserción acumulada de la institución se sitúa en el 36.71%, cifra notablemente inferior al promedio nacional, que asciende al 45.64%.

Este comportamiento demuestra la efectividad del SIRE, garantizando que, en promedio, **6 de cada 10 estudiantes** que ingresan logren graduarse.

La campaña "EQUILIBRIO" tiene como propósito proteger y elevar esta métrica actuando preventivamente sobre el estudiante desde su primer día en la institución.

1.3. El Modelo de Intervención SIRE e Inclusión

La robustez operativa del SIRE se evidencia en el alto porcentaje de cobertura y en la estandarización de sus rutas de atención:

- **Cobertura de Apoyo:** Cerca del 70% de los estudiantes de pregrado reciben beneficios derivados de las estrategias del SIRE, principalmente en las dimensiones socioeconómica y psicosocial.
- **Eficacia de los Programas de Asesoría y Consultoría Psicológica:** El programa bandera de salud mental **"Estoy bien, estudio bien"** ofrece consultoría psicológica presencial y virtual en todos los campus. En el marco de **"EQUILIBRIO"**, este programa robustecerá sus protocolos de atención con un enfoque inclusivo, garantizando ajustes razonables para estudiantes con discapacidad psicosocial y un abordaje libre de estigmas para la neurodivergencia.
- La Universidad de Cartagena ha consolidado un ecosistema inclusivo y diverso mediante la implementación de **Programas de Acompañamiento Integral** para estudiantes víctimas del conflicto armado, comunidades étnicas, población migrante, estudiantes con discapacidad y/o neurodivergencia, así como acciones específicas para quienes ingresan por cupos especiales y el protocolo institucional contra la discriminación y la violencia de género. Desde 2025, se formalizaron protocolos de acompañamiento integral para estudiantes con discapacidad o neurodivergencias y para estudiantes pertenecientes a poblaciones con diversidad étnica, cultural y territorial y se avanzó en diagnósticos de accesibilidad bajo estándares nacionales, complementados con procesos de formación institucional en educación inclusiva y enfoque diferencial.

1.4. Diagnóstico Clínico y Psicosocial (Línea de Base)

La justificación técnica de la campaña **"EQUILIBRIO"** se sustenta en el cruce de los datos clínicos de la **Sección de Asesoría Psicológica (Período 2025-2)** y los resultados de tamizaje del **Módulo de Permanencia Adviser (Período 2026-1)**.

1.4.1. Análisis de Motivos de Consulta (Período 2025-2)

Durante este ciclo académico se realizaron 910 atenciones a través de los profesionales de la sección de Asesoría Psicológica. Los motivos de consulta revelan una profunda necesidad de educar en competencias socioemocionales y de visibilizar la inclusión:

Motivo de Consulta Psicológica	Casos Atendidos	Porcentaje (%)	Problemáticas Asociadas y Conexión con "EQUILIBRIO"
Dificultades Emocionales	472	51.9%	*Ansiedad, tristeza, desmotivación, dificultades para la regulación emocional, baja tolerancia a la frustración y malestar emocional asociado a la sobrecarga académica, las evaluaciones, las dificultades económicas, los conflictos familiares y las dificultades en las relaciones de pareja*. Requieren fortalecimiento de *competencias socioemocionales*.
Factores Estresantes	44	4.8%	Adaptación a la vida universitaria, presiones académicas, laborales y familiares. Foco directo en *estudiantes de primer semestre*.
Trastornos del Estado de Ánimo	42	4.6%	Depresión clínica diagnosticada. Requiere fortalecimiento de *factores protectores* y reducción del estigma.
Dificultades Académicas	37	4.1%	Bajo rendimiento, problemas de concentración, hábitos de estudio inadecuados y procrastinación. Ligado a deficiencias en el aprendizaje y metodologías de estudio.
Trastornos de Ansiedad	27	3.0%	Ansiedad generalizada y crisis de pánico en entornos de evaluación.
Población Priorizada	**22**	**2.4%**	Estudiantes neurodivergentes (TDAH, TEA, etc.), estudiantes con discapacidad psicosocial, víctimas del conflicto armado y comunidades étnicas. Eje central de inclusión de la campaña.

1.4.2. Caracterización Estudiantil - Módulo de Permanencia Adviser (Período 2026-1)

Al aplicar la encuesta de caracterización de alertas tempranas a estudiantes que ingresan a primer semestre en el primer periodo de 2026, los resultados evidencian la urgencia de fortalecer los factores protectores:

- 25.1% reporta haber experimentado síntomas frecuentes de **ansiedad** durante su trayecto académico.
- 19.0% manifiesta presentar **cambios emocionales recurrentes** que obstaculizan el normal desarrollo de sus actividades cotidianas.
- 10.2% indica haber presentado síntomas persistentes asociados a la **depresión**.
- 4.8% reporta haber tenido **ideaciones suicidas**, lo cual demanda una ruta de emergencia visible y humanizada.
- 2.0% manifiesta antecedentes de **intentos de suicidio**.

Los hallazgos del diagnóstico demuestran que, para asegurar la permanencia estudiantil en la Universidad de Cartagena, es prioritario intervenir de forma preventiva y pedagógica sobre la salud mental desde el ingreso del estudiante, evidencian la necesidad de implementar estrategias de sensibilización orientadas al

fortalecimiento de la salud mental, la promoción del bienestar y la prevención de factores de riesgo que puedan afectar la permanencia estudiantil.

2. OBJETIVO

Diseñar e implementar una campaña de sensibilización y divulgación dirigida a estudiantes de primer semestre, orientada al reconocimiento, respeto e inclusión de estudiantes con discapacidad psicosocial y neurodivergencia, así como al fortalecimiento de los factores protectores de la salud mental y el desarrollo de competencias socioemocionales.

3. ALCANCE

La estrategia está dirigida a estudiantes matriculados en primer semestre de los programas de pregrado presencial de la Universidad de Cartagena, tanto en la sede de Cartagena como en sus seis (6) Centros Tutoriales.

4. CONTENIDOS A DESARROLLAR Y COMPETENCIAS SOCIOEMOCIONALES A FORTALECER

PILAR ESTRATEGICO	COMPETENCIA SOCIOEMOCIONAL	MENSAJE Y TERMINOS CLAVES	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN (Redes, Presencial e Impreso)
1. **Bienvenida y adaptación universitaria** *Promover una experiencia de ingreso positiva que facilite la adaptación al entorno universitario, reduzca la incertidumbre y fortalezca el conocimiento de las redes institucionales de apoyo.*	**Autoconocimiento y Adaptabilidad**	**Mensaje:** *Me conozco.* **Términos:** Permanencia estudiantil, Salud mental	**REDES SOCIALES** **Instagram (Historias interactivas):** Encuestas y dinámicas (ej: *¿Cómo llegas hoy?*, *¿Dormiste bien?*, *¿Qué haces cuando te estresas?*). **Instagram:** 2 vídeos breves *"Así también se vive la universidad"*. **PRESENCIAL** **JORNADA DE INDUCCIÓN** Interacción directa con los estudiantes como herramienta de apoyo para divulgación de información. Estación Equilibrio, Mochila Universitaria, charlas y talleres presenciales **MATERIAL IMPRESO** **Afiches institucionales:** Instalación en espacios estratégicos con información sobre bienestar y rutas de atención.

2. Inclusión y reconocimiento de la neurodivergencia *Sensibilizar a la comunidad universitaria sobre la diversidad de formas de aprender, pensar y relacionarse, fomentando el respeto, la empatía y la eliminación de estigmas.*	**Empatía y Conciencia Social**	**Mensaje:** *Te comprendo.* **Términos:** Neurodivergencia, Discapacidad psicosocial, Inclusión.	**REDES SOCIALES** **Instagram (4 Carruseles informativos)**: Serie "¿Sabías que...?" (El TDAH no significa falta de inteligencia, Una persona autista puede disfrutar socializar, La ansiedad no siempre se nota, La discapacidad psicosocial también es invisible). **Instagram (2 vídeos "Así también se vive la universidad"):** Serie *"No todos aprendemos igual"* (mini escenas: uso de audífonos, más tiempo en evaluación, evitar lugares con ruido). **MATERIAL IMPRESO:** **Stickers de campaña:** Adhesivos con mensajes positivos que promueven el respeto y la empatía.
3. Desarrollo de competencias socioemocionales *Fortalecer habilidades relacionadas con la inteligencia emocional, el manejo del estrés, la resolución de conflictos, la comunicación asertiva y la resiliencia.*	**Autorregulación y Comunicación Asertiva**	**Mensaje:** *Nos respetamos.* **Términos:** Competencias socioemocionales, Salud mental.	**REDES SOCIALES:** **Instagram y Facebook (Reels educativos):** 4 vídeos cortos (<40s) en formato *Mito – Realidad – Dato – Mensaje positivo* sobre el estrés y la empatía. **Instagram (4 Retos de bienestar):** Vídeos de 1 min (*"Un minuto de equilibrio"*) sobre cómo manejar el estrés, respirar antes de un parcial, resolver conflictos, poner límites asertivos y pedir ayuda.
4. Construcción de comunidad y bienestar *Generar espacios de participación, diálogo y acompañamiento que fortalezcan el sentido de pertenencia, el autocuidado y el apoyo entre estudiantes* .	**Colaboración y Sentido de Pertenencia**	**Mensaje:** *Crecemos juntos.* **Términos:** Inclusión, Permanencia estudiantil, Salud mental.	**REDES SOCIALES:** **Instagram (Historias interactivas):** 7 historias con encuestas, preguntas, retos y dinámicas que fomenten la participación. **PRESENCIAL:** Espacios de diálogo, participación directa y acompañamiento entre estudiantes. **MATERIAL IMPRESO:** **Afiches institucionales y Stickers de campaña:** Distribución en campus con mensajes de bienestar, empatía y sentido de pertenencia.

5. ESTRATEGIA PEDAGÓGICA Y COMUNICATIVA

5.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

La estrategia pedagógica de la campaña "**Equilibrio: Bienestar socioemocional para la permanencia estudiantil"** se fundamenta en un enfoque participativo, experiencial y preventivo, orientado al fortalecimiento de competencias socioemocionales y a la sensibilización frente a la discapacidad psicosocial y la neurodivergencia.

La metodología prioriza el aprendizaje significativo mediante experiencias de reflexión, interacción y construcción colectiva del conocimiento, favoreciendo la apropiación de conductas protectoras para la salud mental y el reconocimiento de la diversidad como un valor institucional.

Durante los tres meses de implementación se integrarán estrategias presenciales y digitales que permitirán reforzar progresivamente los aprendizajes, garantizando múltiples oportunidades de interacción con los estudiantes.

5.2. METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS

Para el desarrollo de la campaña se emplearán las siguientes metodologías:

- Aprendizaje experiencial mediante actividades vivenciales.
- Reflexión guiada sobre experiencias cotidianas.
- Aprendizaje colaborativo entre pares.
- Aprendizaje dinámico a través de retos, dinámicas e interacción en redes sociales.
- Comunicación educomunicativa a través de contenidos audiovisuales y digitales.
- Actividades lúdico-pedagógicas para favorecer la participación activa.
- Estrategias de sensibilización basadas en narrativas positivas e inclusivas.

5.3. SECUENCIA DIDÁCTICA

La implementación seguirá una secuencia pedagógica organizada en cuatro momentos:

MOMENTO	PROPOSITO
Sensibilización	Generar interés sobre bienestar socioemocional, inclusión y permanencia estudiantil.
Reconocimiento	Favorecer la identificación de emociones, fortalezas, redes de apoyo y formas diversas de aprender.
Apropiación	Desarrollar competencias socioemocionales mediante experiencias participativas y recursos comunicativos.
Reflexión y compromiso	Promover compromisos individuales y colectivos orientados al autocuidado, la empatía y el respeto por la diversidad.

5.4. DESARROLLO METODOLÓGICO DE LAS ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	METODOLOGÍA PARTICIPATIVA	RECURSOS	RESPONSABLES	EVALUACIÓN
Estación EQUILIBRIO (Stand Inducción)	Estaciones experienciales y reflexión guiada	Stand, mural de emociones, separadores de libros,	Psicólogos, Trabajo Social y Comunicaciones	Número de participantes, listado de asistencia y registro fotográfico
Actividad "¿Cómo llego hoy?"	Reconocimiento emocional	Tarjetas de emociones, mural	Psicólogos y responsable de comunicaciones	Número de participantes y registro fotográfico
Mochila Universitaria	Aprendizaje significativo	Separadores, material impreso	Psicólogos y responsable de comunicaciones	Encuesta rápida sobre utilidad del material
Ferias institucionales	Conocimiento de servicios	Material impreso	Psicólogos	Número de participantes y registros de asistencia
Talleres de competencias socioemocionales	Taller participativo	Presentación, videos	Psicólogos	Pretest y postest, lista de asistencia y satisfacción
Cadena de Empatía	Aprendizaje colaborativo	Tarjetas y buzón	Bienestar Universitario	Cantidad de mensajes elaborados y participación
Árbol de Fortalezas	Pedagogía participativa	Árbol decorativo y hojas adhesivas	Psicología	Registro fotográfico y participación
Cartas al Yo del Futuro	Reflexión individual	Papel y sobres	Psicología	Número de cartas elaboradas
Cinco minutos para respirar	Aprendizaje vivencial	Audio, cronómetro	Psicólogos	Participación e interacción
Biblioteca del Bienestar	Aprendizaje entre pares	Libros y panel	Bienestar Universitario	Número de recomendaciones
Semana de la Salud Mental	Aprendizaje experiencial	feria, películas, materiales impresos	Bienestar Universitario, responsable de comunicaciones y aliados	Asistencia, satisfacción y registro fotográfico
Redes sociales (Reels, Carruseles, Historias y Retos)	Educomunicación y aprendizaje digital	Instagram, Facebook, diseño gráfico y video	Comunicaciones	Métricas de alcance, interacción y participación

5.5. RECURSOS PEDAGOGICOS

La estrategia utilizará recursos físicos y digitales que favorezcan el aprendizaje activo:

- Material gráfico institucional.
- Afiches y pendones.
- Stickers.
- Separadores "Mochila Universitaria".
- Videos educativos.
- Reels y carruseles informativos.
- Historias interactivas.
- Códigos QR.
- Mural de emociones.
- Presentaciones.
- Guías para talleres.
- Formularios digitales de evaluación.
- Equipos audiovisuales.

5.6. ACTORES CLAVE Y RESPONSABLES

La implementación estará a cargo de un equipo interdisciplinario conformado por:
Vicerrectoría de Bienestar Universitario.
División de Comunicaciones y Relaciones Públicas.
Estudiantes monitores y voluntarios.

5.7. ESTRATEGIA DE EALUACIÓN PEDAGÓGICA

Cada actividad contemplará mecanismos de evaluación que permitan valorar tanto la ejecución como el aprendizaje alcanzado. Para ello se emplearán:

- Listas de asistencia.
- Observación de la participación.
- Registros fotográficos.
- Encuestas de satisfacción.
- Instrumentos de percepción.
- Pretest y postest en talleres.
- Métricas de interacción en medios digitales.
- Registro de participación en actividades presenciales.

Los resultados obtenidos servirán como insumo para el seguimiento y la mejora continua de la campaña, permitiendo verificar el fortalecimiento de competencias socioemocionales, el reconocimiento de las rutas institucionales de apoyo y la apropiación de mensajes relacionados con la inclusión, el bienestar y la permanencia estudiantil. Esta evaluación se articula con el sistema general de seguimiento descrito en el documento.

5.8. CONCEPTO CREATIVO

EQUILIBRIO, *bienestar socioemocional para la permanencia estudiantil* nace como una estrategia de bienestar socioemocional para la permanencia estudiantil, reconociendo a la Universidad de Cartagena como un espacio diverso, donde confluyen múltiples formas de pensar, aprender, sentir y relacionarse con el mundo.

Cada estudiante llega a la vida universitaria con experiencias, capacidades, contextos y desafíos diferentes. Mientras algunos enfrentan barreras visibles, otros transitan procesos personales que permanecen invisibles. En este contexto, el bienestar no se entiende como la ausencia de dificultades, sino como la posibilidad de contar con una comunidad que acompaña, reconoce y respeta las diferencias.

El concepto creativo parte de la premisa de que la permanencia estudiantil se fortalece cuando cada persona encuentra un entorno donde puede desarrollarse con dignidad, sentirse escuchada y construir vínculos significativos. Desde esta perspectiva, la diversidad no constituye una condición que deba corregirse, sino un valor que enriquece la experiencia universitaria y fortalece nuestro tejido institucional.

“Equilibrio” simboliza el encuentro entre el bienestar individual y el compromiso colectivo. Representa una universidad que reconoce las particularidades de cada estudiante, promueve el respeto por la diferencia, favorece la inclusión y genera condiciones que contribuyen al desarrollo integral y a la permanencia académica.

Desde esta perspectiva, Equilibrio se proyecta como algo más que un programa, y pasará a ser una cultura institucional fundamentada en el reconocimiento, el respeto, la inclusión y el cuidado mutuo, entendiendo que el bienestar socioemocional constituye un componente esencial para el aprendizaje, la participación y la construcción de una comunidad universitaria humanista.

6. DISEÑO DE INSTRUMENTOS PRE Y POST DE VALORACIÓN

Se adjuntan los instrumentos de valoración de entrada y salida (pre y post) diseñados específicamente para recoger el autorreporte de los estudiantes. Estas herramientas permitirán evaluar de manera precisa la evolución en su nivel de conocimiento, concientización y el desarrollo de sus competencias socioemocionales antes y después de la intervención. (Anexo 1)

7. ESTRATEGIA DE REGISTRO Y SEGUIMIENTO

La estrategia de registro y seguimiento de participantes se ejecutará de manera totalmente digital y estructurada en tres fases clave para garantizar el control y la trazabilidad del proceso. En la etapa inicial, se habilitará un formulario de inscripción en línea en el Módulo Virtual de registro de asistentes a las actividades de Bienestar Universitario —difundido mediante enlaces directos y códigos QR— para captar y caracterizar a los interesados de forma anticipada. Durante el desarrollo de la

campaña, se implementará un módulo digital de registro de asistencia para validar en tiempo real la participación efectiva en cada una de las actividades. Finalmente, todos los datos capturados se sincronizarán directamente con el Módulo Logìstico del Software de Bienestar Universitario, lo que permitirá consolidar una base de datos unificada, administrar eficientemente los recursos y activar los mecanismos de seguimiento posterior, tales como el envío de encuestas de satisfacción y material educativo.

8. CRONOGRAMA GENERAL

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD	
		Fecha de inicio	Fecha de finalización
DISEÑO DE LA CAMPAÑA	Reunión inicial para el definir el alcance de la campaña y el concepto creativo	JUNIO 23 DE 2026	JUNIO 23 DE 2026
	Reunión para socializar la propuesta de la campaña	JUNIO 30 DE 2026	JUNIO 30 DE 2026
	REUNIÓN DE ENTREGA DEL DOCUMENTO TÉCNICO DEL DISEÑO DE LA CAMPAÑA	JULIO 6 DE 2026	JULIO 6 DE 2026
IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA	Coordinación de la elaboración de recursos digitales, mensajes, materiales gráficos y audiovisuales	JULIO 13 DE 2026	JULIO 13 DE 2026
	Reunión con el equipo de psiclògos para coordinar la difusión de mensajes de sensibilización a través de medios institucionales, tanto en entornos digitales (redes sociales, correo institucional, página web) como en soportes físicos (afiches, carteleras, pendones).	JULIO 27 DE 2026	JULIO 27 DE 2026
	Ejecución de la campaña con estudiantes de primer semestre (Jornada de Inducción, Reels y videos para redes, Actividades presenciales y Semana de la Salud Mental)	JULIO 27 DE 2027	OCTUBRE 30 DE 2026
MONITOREO Y EVALUACIÓN	Reunión de Monitoreo y seguimiento a la implementación de la campaña	AGOSTO 27 DE 2026	AGOSTO 27 DE 2026
	Aplicación del instrumento de evaluación y análisis de percepción y satisfacción estudiantil.	NOVIEMBRE 3 DE 2026	NOVIEMBRE 17 DE 2026
	Reunión para socializar los resultados de la encuesta	NOVIEMBRE 20 DE 2026	NOVIEMBRE 20 DE 2026

9. METAS PARA INDICADORES EN REDES SOCIALES

Para el entorno digital (Instagram y Facebook), la meta del 25% implica lograr que al menos 450 estudiantes interactúen con cada formato propuesto en la estrategia

Indicador a Medir	Actividad de la Campaña	Meta (25% = 450 estudiantes)
Tasa de visualización	Reels educativos y videos	Alcanzar un mínimo de 450 visualizaciones orgánicas por video.
Índice de interacción	Carruseles informativos y publicaciones institucionales en Instagram	Lograr al menos 450 interacciones acumuladas (me gusta, guardados, compartidos, comentarios) por post.
Porcentaje de respuesta	Historias interactivas	Conseguir un mínimo de 450 votos o respuestas en las encuestas y dinámicas de Instagram.
Nivel de adopción	Retos de bienestar ("Un minuto de equilibrio")	Lograr que al menos 450 estudiantes interactúen directamente con los videos de los retos.

10. EVALUACIÓN

Con el propósito de garantizar la mejora continua y valorar el cumplimiento de los objetivos propuestos, esta campaña contará con un proceso de evaluación y seguimiento orientado a medir tanto la ejecución de las actividades como su alcance, los resultados obtenidos y su contribución al fortalecimiento del bienestar socioemocional y la permanencia estudiantil.

La evaluación se desarrollará en tres momentos: **línea base, seguimiento y evaluación final**, permitiendo identificar avances, oportunidades de mejora y evidencias.

Línea base Antes del inicio de la implementación se consolidará la información proveniente de los sistemas institucionales de seguimiento, particularmente del Sistema Institucional de Retención Estudiantil y la Sección de Asesoría Psicológica, así como los resultados del diagnóstico que fundamenta la estrategia. Esta información es indispensable para establecer un punto de referencia que permita comparar los resultados obtenidos una vez finalizada la campaña.

Para ello, se contempla el diseño y aplicación de un instrumento de valoración inicial **(pre-test)** que permita identificar el autoreporte de los estudiantes frente a su nivel de conocimiento, concientización y competencias socioemocionales. Esta información es indispensable para establecer un punto de referencia que permita comparar los resultados obtenidos una vez finalizada la campaña. (ver archivo adjunto 88_IDE_02_9518027_25_D5.1 PRE Y POST TEST CAMPAÑA)

Seguimiento Durante los tres meses de ejecución se realizará un monitoreo permanente de las actividades desarrolladas, verificando su cumplimiento, cobertura y nivel de participación.
Para ello se llevará un registro de las acciones desarrolladas, incluyendo publicaciones en redes sociales, actividades presenciales como talleres, charlas, ferias institucionales y distribución de material de divulgación, así como la participación de estudiantes en cada una de ellas.
De igual manera, se realizará seguimiento periódico a los indicadores de comunicación digital mediante las métricas proporcionadas por las plataformas institucionales de redes sociales, permitiendo conocer el alcance e interacción de los contenidos difundidos.

Evaluación final Al finalizar la implementación de la estrategia se realizará una evaluación que permitirá valorar los resultados alcanzados en relación con los objetivos propuestos. Esta fase incluirá la aplicación de un instrumento de valoración final **(post-test)** adaptado para medir la evolución en el autorreporte de los estudiantes respecto a sus conocimientos, concientización y competencias socioemocionales, determinando así el impacto real de la campaña. (ver archivo adjunto 88_IDE_02_9518027_25_D5.1 PRE Y POST TEST CAMPAÑA)

Esta evaluación incluirá la aplicación de un instrumento de percepción dirigido a estudiantes de primer semestre, con el propósito de identificar cambios en aspectos como:

- Reconocimiento de los conceptos relacionados con salud mental, neurodivergencia y discapacidad psicosocial.
- Percepción sobre la importancia del bienestar socioemocional para la permanencia estudiantil.
- Apropiación de competencias socioemocionales para afrontar la vida universitaria.
- Conocimiento de las rutas institucionales de apoyo y acompañamiento.
- Nivel de identificación con los mensajes y acciones desarrolladas por la estrategia.

Los resultados obtenidos serán contrastados con la línea base institucional, permitiendo establecer el aporte de la estrategia al fortalecimiento de los factores protectores de la salud mental y a la consolidación de una cultura universitaria basada en el respeto, la inclusión y el cuidado mutuo.

Niveles de evaluación La estrategia será evaluada mediante tres niveles complementarios de seguimiento:

Indicadores de gestión Permiten verificar el cumplimiento de las actividades programadas durante la ejecución de la estrategia. Entre ellos se incluyen:

- Número de publicaciones realizadas en redes sociales.
- Reels y contenidos audiovisuales producidos.
- Historias interactivas publicadas.

- Talleres y charlas desarrollados.
- Activaciones presenciales ejecutadas.
- Participación en ferias institucionales.
- Material pedagógico e informativo distribuido.

Indicadores de alcance

Permiten determinar la cobertura de la campaña y el número de estudiantes impactados por las diferentes acciones. Como lo son:

- Alcance e impresiones de las publicaciones digitales.
- Visualizaciones de videos.
- Interacciones (comentarios, reacciones, compartidos y contenido guardado).
- Participación en historias interactivas.
- Número de asistentes a talleres, charlas y actividades presenciales.

Indicadores de resultado

Evalúan los cambios generados en los estudiantes como consecuencia de la implementación de la estrategia. Entre los aspectos a valorar se encuentran:

- Mayor conocimiento de las rutas institucionales de atención.
- Incremento en el reconocimiento de la neurodivergencia y la discapacidad psicosocial desde un enfoque de inclusión.
- Fortalecimiento de competencias socioemocionales relacionadas con el manejo del estrés, la comunicación asertiva, la empatía y la resiliencia.
- Percepción de acompañamiento institucional y sentido de pertenencia.
- Participación recurrente de los estudiantes en las actividades programadas