

Bogotá D.C., 22 de mayo de 2025

Doctor

David Andrés Giraldo Umbarila

Subsecretario de Despacho

Concejo de Bogotá

Calle 36 No. 28ª – 41

[comisiondelplan@concejobogota.gov.co](mailto:comisiondelplan@concejobogota.gov.co)

[correspondencia@concejobogota.gov.co](mailto:correspondencia@concejobogota.gov.co)

2088210

Código Postal 111311

Ciudad

CONCEJO DE BOGOTÁ 22-05-2025 05:08:47

2025ER13911 O 1 Fol:1 Anex:0

ORIGEN: TRANSMILENIO S.A/MARIA FERNANDA ORTIZ CARRASCAL

DESTINO: COMISION 1ª PERM. PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENT

ASUNTO: PROPOSICIÓN 655 DE 2025 / 2025-ER-26357 TMSA

OBS: 14986

**Asunto:** Proposición 655 de 2025 / 2025-ER-26357 TMSA.

Respetado doctor Giraldo:

En atención a la proposición del asunto, **Tema: “Más allá de la Infraestructura: Evaluación de la Cultura Ciudadana y la Gestión Social en el Transporte Público de Bogotá”** TRANSMILENIO S.A., presenta respuesta en el marco de sus competencias en los siguientes términos:

**1. ¿Qué programas de gestión social y cultura ciudadana se han desarrollado en los sectores donde se construyen y operan líneas de transporte masivo?**

**Gestión Social:** Equipo de profesionales de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones de TRANSMILENIO S.A., encargado del planteamiento y desarrollo de la estrategia para abordar a la ciudadanía directamente ubicada en el área de influencia de cada estación del Sistema TransMilenio a ser intervenida por la construcción de la primera línea del metro, por lo tanto se plantea una estrategia enmarcada en las tres (3) líneas de acción, lo que permite una interacción con la ciudadanía y con la comunidad usuaria del sector, las entidades gubernamentales locales, organizaciones, empresas privadas y comercio en general.

**Diagnóstico:** Desde el punto de vista social cada una de las estaciones del Sistema TransMilenio requiere un diagnóstico específico, ya que atiende a un grupo poblacional diferente, por los servicios o comercio desarrollado en el territorio circundante a cada estación. Es así como cobra relevancia definir el tipo de información que llegará a la población, y así determinar si se requiere generar una acción adicional en específico.

El territorio por intervenir se define dentro del cuadrante dado por la ubicación de las estaciones directamente localizadas hacia el norte y hacia el sur, entre la kr 7 y la kr 18 siendo estas las distancias establecidas como caminatas normales para acceder al sistema de transporte público.

Partiendo de este diagnóstico se plantea la siguiente estrategia.

1. **Línea de Participación Ciudadana:** El equipo de Gestión Social implementa, en el marco de esta línea, una serie de actividades a través de las cuales se promueve y garantiza el diálogo con la comunidad, esto se logra mediante el desarrollo de las siguientes actividades:

LÍNEA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	POBLACION	RECURSOS
PARTICIPACIÓN	1. Reunión Comunitaria	Se realizan en conjunto con la Empresa Metro de Bogotá, se informa sobre la distribución de servicios en las estaciones siguientes al igual que los servicios zonales que transitan por el sector. Se atienden las inquietudes de la comunidad	Comunidad en general	presentaciones Pieza vía WhatsApp
	2. Reunión interinstitucional	Se socializan las modificaciones que tendrá el sistema de transporte y se atienden las observaciones que presenta cada espacio de participación	CLIP, COLEV, CLD, Comisión de Movilidad Comisión de la Bici	presentaciones Pieza vía WhatsApp
	3. Recorrido Técnico	Acción compartida con las entidades del distrito para evidenciar problemáticas de movilidad y seguridad en general del sector	funcionarios de diferentes entidades y / o líderes, o comunidad en general	Funcionario de Gestión social y/o Ingenieros



Recorridos Técnicos



Reuniones Comunitarias

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



2. **Línea de Información:** se tiene definida una línea de comunicación que apunta a orientar, multiplicar y promover dichos contenidos entre los cuales se realizan las siguientes acciones:

LINEA	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	POBLACION	RECURSOS
INFORMACIÓN	1. Personalización Tarjetas Tu Lave	Ubicación de la van de personalización en puntos estratégicos para el servicio de personalizar y recargar la tarjeta Tu llave.	Comunidad en general	Van de Personalización funcionario de Gestión Social
	2. Intervenciones culturales y de apropiación	Acción dirigida a las universidades e institutos técnicos para la apropiación de la aplicación TransMiApp	Cuerpo estudiantil	Operación Logística funcionario de Gestión Social
	3. Atención a la comunidad usuaria	Se establecen puntos de atención estratégicos para orientar a la comunidad usuaria sobre las modificaciones del sistema	Comunidad en general	Volantes funcionario de Gestión Social
	4. Divulgación	Se divide el territorio por cuadrantes de intervención y se hace entrega de la información, en establecimientos de comercio, unidades de vivienda, sobre los cambios de paradas de los servicios troncales, se socializan las rutas zonales que transitan por el sector	Comunidad en general	Volantes Afiches Pendones guías de Atención en vía funcionario de gestión social



Personalización Tarjeta Tu llave





Intervención cultural y de apropiación



Puntos de Atención a Usuarios



Divulgación Ubicación de afiches



Divulgación Ubicación de pendones



Divulgación a la comunidad y usuarios

3. **Línea de Pedagogía:** Se llevan a cabo actividades pedagógicas dirigidas a diferentes grupos de interés con el fin de dar a conocer qué es y cómo funciona el Sistema Integrado de Transporte Público, además busca fomentar prácticas que aporten al buen uso y comportamientos afines con la Cultura Ciudadana e informar sobre los cambios operaciones en las estaciones.



LÍNEA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	RECURSOS
<b>PEDAGOGIA</b>	1. Socialización / intervención en institución educación superior	Se realiza intervención directa en los institutos de educación superior, en donde se socializa sobre el sistema y los cambios operacionales	Cuerpo estudiantil	Operación logística funcionario de Gestión Social, funcionarios de la secretaria Distrital de Movilidad Empresa Metro de Bogotá
		Se realizan acciones de pedagogía para el uso de la Transmi App, personalizar la tarjeta Tu llave y la recarga virtual	Cuerpo estudiantil	Operación logística funcionario de Gestión Social, funcionarios de la secretaria Distrital de Movilidad Empresa Metro de Bogotá



Socialización cambios operacionales



Acciones Pedagógicas

**Cultura Ciudadana:** durante los años últimos, la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte - como entidad encargada de liderar la formulación e implementación concertada de políticas públicas en arte, cultura, patrimonio, recreación y deporte - ha sido clave en el acompañamiento

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



y desarrollo de las acciones adelantadas de cara a mejorar la experiencia de viaje y promover los comportamientos adecuados en el Sistema TransMilenio. De modo que, en el marco del principio de colaboración entre entidades públicas, participó en la elaboración de la estrategia Equipo T.

La estrategia pretende fomentar la confianza, el respeto de las normas, la solidaridad entre la comunidad usuaria, la corresponsabilidad, la valoración y apropiación del Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá como bien público y patrimonio de la ciudad que conlleven a una mejor movilidad y experiencia de viaje para los usuarios.

En ese orden de ideas, las acciones adelantadas por la entidad en aspectos relacionados con la cultura ciudadana en el Sistema TransMilenio están bajo los lineamientos de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte con el respaldo de La Dirección del Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural.

A continuación, se relacionan las acciones adelantadas a través de la estrategia Equipo T desde el 2022:

VIGENCIA	2022
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Durante los meses de junio y julio del 2022 se socializó y entregó 5.000 cartillas de Cultura Ciudadana que incluye actividades pedagógicas con información sobre la validación del pasaje y el manual del usuario en diferentes estaciones y portales del Sistema.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Socialización cartillas de Cultura Ciudadana.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	Entrega de 5.000 cartillas para promover la cultura del pago, en el Portal 80, Portal Américas, Portal del Sur, 20 de Julio, estación Banderas y Suba.

VIGENCIA	2022
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Semana artística con los colectivos culturales 'Influenciadores de la felicidad' para promover la importancia de validar el pasaje.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	7 intervenciones artísticas con un impacto de cerca de 30 mil personas.

VIGENCIA	2022
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Activación de reflexión colectiva en el Sistema con el fin de generar conciencia en los usuarios de que el pago del pasaje permite que el Sistema pueda operar con normalidad en tiempos y con las frecuencias esperadas.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	75 intervenciones.

VIGENCIA	2022
----------	------

<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Con intervenciones pedagógicas se buscó sensibilizar e informar a la ciudadanía sobre temas como la elusión, evasión, recarga web y la TransMiApp.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	170 intervenciones en paraderos del Sistema zonal.

<b>VIGENCIA</b>	<b>2022</b>
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Intervenciones pedagógicas para promover en la comunidad usuaria del Sistema comportamientos adecuados, la apropiación y el cumplimiento a las normas del manual del usuario, especialmente el pago del pasaje.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	322 intervenciones en los diferentes portales y estaciones

<b>VIGENCIA</b>	<b>2022</b>
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	A través de un equipo de teatro invisible, se hizo un ejercicio de experimentación social para fomentar una reflexión colectiva y generar conciencia de cultura de pago, interés y apropiación por el Sistema.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	En total, se llevaron a cabo 120 intervenciones en estaciones y portales del Sistema que aportaron a sensibilizar e informar a la ciudadanía sobre temas como la elusión, evasión, recarga web y la TransMiApp.

<b>VIGENCIA</b>	<b>2022</b>
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Intervenciones pedagógicas para sensibilizar e informar a la ciudadanía sobre temas como la elusión, evasión, recarga web y TransMiApp.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas e Informativas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	40 intervenciones en universidades y paraderos del área de influencia.

<b>VIGENCIA</b>	<b>2022</b>
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Campaña evasión y elusión: A través de esta se promovieron mensajes relacionados con la no evasión del pasaje. Además, se motivó a los usuarios para abstenerse de la compra no regulada de los pasajes (reventa).
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Activaciones ATL e Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	Esta estrategia se difundió a través de los siguientes medios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Televisión: RCN, Caracol, Canal uno, canal capital, City TV.</li> <li>- Emisoras: Al día con las Noticias, Asomecos Afro, Bésame, Blu Radio, Bogotá am pm- Alvarde Comunicaciones, Candela, Candela Estéreo (FM), Caracol Radio. Cariñosa - Radio uno, Emisora Planeta Tierra, Emisora Urdimbre, Enlace Bogotá, Fantástica,</li> </ul>

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)





	<p>Fuera de la Cancha Radio, Galardón Deportes (paquete especial), Kien y Ke , La Cariñosa, La Corraleja Publicidad, La Kalle, La Mega, La Merienda Radio Bogotá , La Oferta Radio ON Line, Los 40 Urban, Magazin de la Radio – Todelar, Mercosur, Noticias Capital- Capital Radio, Noticias Uno, Olímpica, Radio a domicilio, Radio Fontibón FM, Radio Santa Fe, Radio uno, Radioacktiva – Tropicana, radiomusicafm.co, RCN mundo (cadena básica), RCN radio, bésame, el sol y la Kalle.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios impresos: el espectador, ADN, el tiempo</li> <li>- Pantallas led: Centro comercial Unicentro, Plaza Central, Imperial, Procinál.</li> <li>- Redes sociales: Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube.</li> </ul>
--	--

VIGENCIA	2023
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	Cartilla pedagógica Cultura Ciudadana: Entrega de 5.000 cartillas de Cultura Ciudadana con actividades pedagógicas, con información sobre la validación del pasaje y el manual del usuario en diferentes estaciones y portales del Sistema.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Socialización cartillas de Cultura Ciudadana.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	Entrega de 5.000 cartillas para promover la cultura del pago en las estaciones y portales del Sistema TransMilenio

VIGENCIA	2023
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	A través del performance “Combo Violeta” se llevaron a cabo intervenciones pedagógicas para resaltar los buenos comportamiento especialmente los relacionados con el pago del pasaje y promover la participación ciudadana a través del fomento de iniciativas y/o proyectos de individuos y/o colectivos, que contribuyan a mejorar la cultura ciudadana dentro del Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá, en el marco de un ejercicio de corresponsabilidad social.
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	Intervenciones pedagógicas.
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	Se realizaron 1.703 intervenciones con un total de 6.860 activaciones en todas las estaciones y portales del Sistema, así como en escenarios y eventos locales y Distritales tales como: Universidades, Ferias de Servicios, Rendiciones de Cuentas.

Ante la necesidad de establecer una estrategia de cultura ciudadana de ciudad con impacto en el Sistema Integrado de Transporte Público, se determinó en el marco del Plan de Desarrollo Distrital Bogotá Camina Segura, que durante los cuatro años de gobierno, TRANSMILENIO S.A., la Secretaria Distrital Cultura, Recreación y Deporte y el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud, suscribirán cada vigencia un convenio interadministrativo para aunar esfuerzos institucionales, técnicos, logísticos y administrativos para el diseño e implementación de estrategias de cultura ciudadana.

De acuerdo con lo anterior, las líneas de impacto en el tiempo son:

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



**2024**

Percepción ciudadana -  
Devolver la confianza de la  
ciudadanía con  
Transmilenio

**2025**

Corresponsabilidad  
ciudadana - Yo también  
hago parte.

**2026**

Trabajo conjunto,  
apropiación del sistema.

**2027**

Creación de identidad y  
cultura de apropiación  
del Sistema.

VIGENCIA	2024
ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	<p>Convenio Interadministrativo TRANSMILENIO S.A – Secretaría de Cultura Recreación y Deporte y el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON.</p> <p>Objeto: Aunar esfuerzos institucionales, técnicos, logísticos y administrativos para el diseño e implementación de estrategias de cultura ciudadana que fomenten las buenas prácticas, el respeto y la solidaridad entre los usuarios, así como la valoración y apropiación del Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá como bien público y patrimonio de la ciudad, parte de los usuarios y de todos los que conforman el sistema; contribuyendo a disminuir los comportamientos negativos y a fortalecer los comportamientos positivos desde la conciencia ciudadana (autorregulación en el cumplimiento de normas y la corresponsabilidad social.</p>
TIPO DE INTERVENCIÓN	<p>Intervenciones pedagógicas en el Sistema TransMilenio.</p> <p>Investigación, monitoreo y evaluación.</p> <p>Fortalecimiento de iniciativas locales.</p> <p>Comunicaciones y Narrativa de Cultura Ciudadana.</p>

### Resultados obtenidos:

- Intervenciones pedagógicas en el Sistema:** La estrategia pedagógica en TRANSMILENIO S.A. apuntó a transformar las estaciones en espacios que promueven el respeto, la solidaridad y la empatía.

A través de un enfoque artístico y pedagógico, se llevaron a cabo acciones que resaltaron los comportamientos prosociales en el sistema de transporte, integrando nudging y acupuntura cultural. Estas iniciativas lograron destacar las interacciones positivas entre los usuarios y trabajadores del sistema.

Además, se desarrollaron diversas intervenciones escenográficas y de urbanismo táctico que permitieron a los usuarios redescubrir las estaciones desde nuevas perspectivas. Gracias a estas intervenciones, los usuarios interactuaron de manera más consciente e interactiva con su entorno, lo que facilitó cambios comportamentales significativos y revitalizó los espacios de TransMilenio.

### Acciones realizadas:

- Más de 145 salidas a estaciones.

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



**25**  
**AÑOS**  
TRANSMILENIO S.A.



- 29.730 interacciones realizadas en las estaciones priorizadas.
- 22.580 conversaciones directas con los usuarios.
- 12 dispositivos interactivos instalados en las estaciones San Diego, Puente Aranda, Museo Nacional, Comapan y Polo con más de 40 intervenciones.
- Activación del primer laboratorio Nudge Párchese su tarjeta en Portal de las Américas.

2. **Estrategia innovadora de investigación, monitoreo y evaluación:** Se implementó un enfoque de medición en estaciones seleccionadas estratégicamente, priorizando factores como la evasión, el flujo de personas, la infraestructura y las condiciones socioeconómicas. Este enfoque permitió monitorear y evaluar periódicamente tres componentes fundamentales: confianza, orgullo y apropiación. Así como los resultados de las intervenciones en cultura ciudadana implementadas dentro del sistema.

Este proceso concluyó con la realización de 18.161 encuestas y 245 conversaciones mediante dispositivos de diálogo sobre datos analizados con herramientas de análisis de lenguaje natural que midieron los niveles de confianza, orgullo y apropiación por el Sistema, arrojando cuatro (4) hallazgos principales:

1. En su mayoría las personas usuarias de las estaciones priorizadas consideran a TransMilenio como parte de la cultura de Bogotá y casi la mitad, se enorgullecen del sistema como medio de transporte y como parte del patrimonio de la ciudad:
  - El 85% de la población encuestada cree que TransMilenio hace parte importante de la cultura de Bogotá.
  - El 42% de las personas se sienten orgullosas de TransMilenio como medio de transporte.
  - El 46% de la población encuestada se siente orgullosa de TransMilenio como Patrimonio de Bogotá.
2. En su mayoría, las personas usuarias de las estaciones priorizadas les importa TransMilenio y no son indiferentes a lo que sucede en las estaciones y buses:
  - Al 88% de las personas le incomoda ver personas que dañan infraestructura y buses de TransMilenio.
  - Al 86% de las personas le incomoda las personas que no dejan salir de los buses por entrar rápido.
  - Al 58% de las personas le incomoda ver colados en las estaciones de TransMilenio.
3. La confianza institucional e interpersonal de las personas en las estaciones priorizadas tiende a ser más alta que en el resto de la ciudad:

**Confianza institucional:**

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)





- El 58% de las personas confían en los trabajadores de TransMilenio. Mientras en la ciudad, según la Encuesta Bienal de Culturas - Módulo Encuesta Cultura Ambiental 2024 de la SCR D, el 27% de las personas que habitan Bogotá confía en los servidores públicos.
- El 47% de las personas confían en la Empresa Transmilenio S.A. Mientras en la ciudad, según la Encuesta Bienal de Culturas - Módulo Encuesta Cultura Ambiental 2024 de la SCR D, el 38% de las personas que habitan Bogotá confía en la Empresa Transmilenio S.A. Esto es un 9% más de confianza en las estaciones priorizadas.

#### Confianza interpersonal:

- En las estaciones priorizadas el 25% de las personas confían en los/as demás ciudadanos/as. En tanto que, en la ciudad, según la Encuesta Bienal de Culturas - Módulo Encuesta Cultura Ambiental 2024 de la SCR D, el 20% de las personas que habitan Bogotá confía en los/as demás ciudadanos/as. Esto es un 5% más de confianza en las estaciones priorizadas.
4. Cada vez más, las personas usuarias de las estaciones priorizadas piensan que NO se justifica evadir el pasaje cuando el servicio no es satisfactorio ciudad:
- Al final del proyecto, el 73% de las personas cree que evadir el pasaje NO se justifica, un 3% más de personas que al inicio de la iniciativa.
  - Al procesar la información recopilada mediante dispositivos de diálogo sobre datos en espacio público, utilizando la herramienta de inteligencia artificial NotebookLM ([notebooklm](#)) con procesamiento de lenguaje natural, se estableció que las razones por las cuales las personas señalan haber evadido el pago del pasaje o se han colado en el sistema se agrupan en cinco (5) principales: i) Limitaciones económicas; ii) Oportunismo; iii) Protesta por el mal servicio; iv) Problemas con la tarjeta de Transmilenio; o v) Influencia social y cultural.
  - En línea con el literal anterior, la razón principal para evadir el pago del pasaje de TransMilenio son las limitaciones económicas. Por ejemplo, los encuestados mencionan no tener dinero, saldo en la tarjeta o efectivo para el pago del pasaje. Así mismo, una de las principales razones manifestadas por los encuestados para evadir se debe a la oportunidad, es decir, la evasión ocurre por oportunidades percibidas, como por ejemplo, puertas abiertas, ausencia de supervisión o seguir el ejemplo de los demás.

### **3. Fortalecimiento de iniciativas locales:**

- Escuela de Multiplicadores - Proceso de formación en cultura ciudadana: El proceso de sensibilización y formación en cultura ciudadana se dirigió a operarios de los concesionarios de recaudo, vigilancia, aseo y conductores que trabajan en el sistema de TransMilenio. Este proceso fue liderado por un equipo de la Escuela de Multiplicadores de Cultura Ciudadana.

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



- Se formaron 325 colaboradores en Enfoque de Cultura Ciudadana logrando transformar la experiencia de usuario y convertir a estos colaboradores en los primeros cooperadores y refuerzos positivos para el cambio comportamental.
  - 92 personas Grupo Recaudo Bogotá.
  - 76 personas Grupo Unión Temporal Conserjes.
  - 157 personas Grupo Operadores Concesionarios.
- Laboratorios de Transformación Cultural / Barrios Vivos: Los Laboratorios de Transformación Cultural - Barrios Vivos se llevaron a cabo mediante procesos de co-creación colectiva con diferentes actores de la comunidad. En estos laboratorios se identificaron problemáticas barriales a transformar aplicando el enfoque de cultura ciudadana. Se priorizaron cuatro estaciones con sus barrios aledaños: Estación Polo, Puente Aranda- Distrito Grafiti, Museo Nacional y San Victorino:

#### Acciones realizadas:

- 46 sesiones de laboratorios.
- 30 encuentros entre actores clave y comunidad.
- intervenciones en las estaciones Museo Nacional, Polo y alrededores para mejoramiento del espacio.
- 3 tótems intervenidos (1 Estación Puente Aranda y 2 en Distrito Grafiti).
- 18 intervenciones de murales.
- Más de 1.500 participantes y público impactado por las acciones.

Con estos esfuerzos se fomentó la participación de la comunidad y se promovieron cambios positivos en la vida cultural y social de los barrios involucrados. Gracias a esta estrategia, las cuatro estaciones de TransMilenio se transformaron progresivamente, pasaron de ser simples puntos de tránsito a convertirse en nodos culturales y sociales que conectan historias e impulsan la creatividad.

- Convocatorias a través de invitaciones culturales: En el marco del convenio, se lanzaron dos convocatorias abiertas para vincular a la ciudadanía en la recuperación de orgullo, confianza y apropiación de TransMilenio:

#### “Invitación cultural jóvenes creadores digitales”

- 20 incentivos
- 83 inscritos (personas naturales y jurídicas)
- 43 participantes habilitados
- 20 ganadores finales
- Ejecución: Más de 60 publicaciones entre vídeos, post y reel realizados, que alcanzaron un total de 2.732.565 personas.

“Invitación cultural En TransMilenio pasan cosas buenas”

- 15 incentivos
- 107 agrupaciones inscritas
- 93 participantes habilitados
- 15 ganadores finales
- Ejecución: 138 intervenciones artísticas realizadas.

**4. Comunicaciones y Narrativa de Cultura Ciudadana:** La estrategia transversal de comunicaciones fue diseñada para transformar el relato sobre TransMilenio e inspirar orgullo, confianza y conexión.

A través de historias auténticas de usuarios y colaboradores, así como intervenciones digitales y audiovisuales se lograron resaltar los actos de solidaridad, respeto y convivencia que ocurren a diario en el sistema.

Este enfoque humanizó a TransMilenio mostrando que es más que un medio de transporte: *“es un espacio donde se tejen vínculos y se reflejan los valores ciudadanos que unen a los bogotanos”*.

Acciones realizadas:

- 86 contenidos digitales (vídeos, post y reel) publicados en redes sociales (cuentas de Transmilenio S.A., SCR D y el IDIPRON) sobre los avances y logros del convenio.
- 31 videos realizados.
- 3 cuñas radiales con salidas en emisoras durante todo el mes de noviembre. (La Mega - Radio Uno - El Sol - Caracol - Tropicana - Radioactiva - Olímpica).
- Diseño de galería en la Estación Ricaurte.
- Informe doble página en El Espectador sobre los avances y resultados del convenio. (Publicado en el impreso del 22 de diciembre).

VIGENCIA	2025
<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	<p>Convenio Interadministrativo TRANSMILENIO S.A – Secretaría de Cultura Recreación y Deporte y el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON.</p> <p>Objeto: Aunar esfuerzos institucionales, técnicos, logísticos y administrativos entre TRANSMILENIO S.A., la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación, y Deporte y el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud (IDIPRON), para el diseño e implementación de estrategias de cultura ciudadana, a través de intervenciones que generen nuevas conversaciones hacia la cooperación, colaboración entre ciudadanía e institucionalidad impulsando la corresponsabilidad social y buenas prácticas para recuperar la confianza y afianzar la apropiación y orgullo hacia TransMilenio.</p>
<b>TIPO DE INTERVENCIÓN</b>	<p>Intervenciones pedagógicas en el Sistema</p> <p>Investigación, monitoreo y evaluación</p> <p>Fortalecimiento de iniciativas locales</p> <p>Comunicaciones y Narrativa de Cultura Ciudadana</p>



**2. ¿Qué mecanismos de participación ciudadana se han implementado para mitigar conflictos con comunidades afectadas por obras de infraestructura de transporte en términos económicos y de afectaciones a la infraestructura?**

La entidad encargada de dar respuesta a este interrogante es el Instituto de Desarrollo Urbano IDU con su equipo de Gestión Social, quienes son los ejecutores de la obra.

**3. ¿Qué aprendizajes han surgido de los procesos de reasentamiento o intervención social que se han llevado a cabo en el marco de los proyectos del Metro y TransMilenio?**

La entidad encargada de dar respuesta a este interrogante es la Empresa Metro de Bogotá.

**4. ¿Cómo se articula la política de gestión social y cultura ciudadana del sistema de transporte masivo con los planes locales de desarrollo y con las alcaldías locales?**

**Gestión Social:** Desde la línea de participación ciudadana que representa la posibilidad de vincular de manera activa a la ciudadanía en escenarios que permiten construir una relación de confianza entre sistema-comunidad usuaria.

Para cumplir con este propósito, el equipo de Gestión Social implementa, en el marco de esta línea, una serie de actividades a través de las cuales se promueve y garantiza el diálogo.

Entre dichas actividades se encuentran las reuniones interinstitucionales, espacios específicos para la construcción de estrategias en los cuales se realiza la articulación con otras entidades del distrito.

En ese sentido se realiza articulación con diferentes grupos de interés de la administración local. No obstante, cabe señalar que, aunque TRANSMILENIO S.A no hace parte oficial de los espacios de participación conformados en las localidades, el Profesional de Gestión Social puede gestionar su asistencia a dichos espacios de participación para la construcción de consensos y el surgimiento de retos, oportunidades y el planteamiento de acciones.

**Cultura Ciudadana:** El diseño e implementación de las estrategias de cultura ciudadana con impacto en el Sistema Integrado de Transporte Público se determinó en el marco del Plan de Desarrollo Distrital Bogotá Camina Segura.

**5. ¿Existen estrategias, proyectos o actividades compartidas con las demás entidades del Distrito que tengan como propósito impulsar la cultura ciudadana en TransMilenio y la futura línea 1 del Metro de Bogotá?. Si la respuesta es sí, especifique qué actividades y con qué entidades.**

De la manera que se describe en la respuesta al numeral 1, las acciones adelantadas por la entidad en aspectos relacionados con la cultura ciudadana en el Sistema TransMilenio están bajo los lineamientos de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

R-DA-005 septiembre de 2024

TRANSMILENIO S.A.

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



**6. ¿Existe algún modelo de seguimiento o evaluación del impacto social de estos sistemas de transporte masivo en las comunidades aledañas?**

La entidad encargada de dar respuesta a este interrogante es el Instituto de Desarrollo Urbano IDU.

**7. ¿Qué acciones de cultura ciudadana se han implementado en el sistema TransMilenio para promover el respeto al otro, el cuidado del sistema y el espacio público?**

De acuerdo con la respuesta dada al numeral 1, la estrategia Equipo T pretende fomentar la confianza, el respeto de las normas, la solidaridad entre la comunidad usuaria, la corresponsabilidad, la valoración y apropiación del Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá como bien público y patrimonio de la ciudad que conlleven a una mejor movilidad y experiencia de viaje para los usuarios.

**9. ¿Qué estrategias se están utilizando para transformar comportamientos cívicos negativos que afectan la operación del sistema (colarse, vandalismo, mal uso del mobiliario)?**

En el marco de la estrategia de Cultura Ciudadana “Equipo T”, se concibe la cultura ciudadana como aquel concepto que busca generar transformaciones culturales en donde hay deterioro de las relaciones entre los ciudadanos, falta de apropiación por las normas y afectación de lo público. En consecuencia, se llevan a cabo actividades que buscan fomentar la cultura ciudadana en el transporte público a través de estrategias pedagógicas que permitan sensibilizar a los actuales y futuros usuarios sobre el adecuado uso y cuidado del Sistema fomentando la participación como agentes de cambio y promotores de transformación cultural del Sistema.

**10. ¿Cuáles son las pérdidas económicas estimadas por el fenómeno de los colados en lo que llevamos de 2025 y en 2024, en el sistema TransMilenio?**

Frente a los recursos que ha dejado de recaudar el Distrito por la Evasión en el Sistema Troncal, para tener una aproximación del fenómeno, la Entidad realizó unas mediciones propias para monitorear el fenómeno de la evasión a través de una metodología que adapta el diseño estadístico implementado por la Universidad Nacional en 2018, utilizando los resultados de medición de las estaciones en donde se ha implementado el Sistema Inteligente de Detección de Eventos de Seguridad en TransMilenio (SIDESE) y que incluye la recolección de información directa en las estaciones y portales a través de distintos equipos territoriales. Según estas mediciones, para la muestra realizada durante el periodo del año 2022-1 al año 2024, se estima que la tasa de evasión en el componente troncal se comportó inicialmente en un 29,66%, no obstante, ha venido disminuyendo hasta un 13,14%. Por lo tanto, a continuación, se muestra en referencia a los índices de evasión en el componente troncal:

Tabla 1.

<b>Datos de porcentajes de evasión en el componente <u>TRONCAL</u> mediciones 2021, 2022 I, 2022 II, 2023 II, 2024 I y 2024 II</b>		
<b>Año</b>	<b>% evasión en troncal</b>	<b>Afectación Económica</b>
2021*	9,97%	\$ 86.282.744.328
2022 - I Semestre	29,66%	\$ 230.290.185.186
2022 - II Semestre	28,51%	\$ 242.172.375.443
2023 II Semestre	15,32%	\$ 137.054.170.548
2024 I Semestre	14,33%	\$ 119.134.680.246
2024 II Semestre	13,14%	\$ 113.259.234.621

*Fuente: Dirección Técnica de Seguridad, Subgerencia Económica TRANSMILENIO S.A.*

*\*Nota: Medición bajo condiciones de confinamiento. No se incluye valor del año 2020 dadas las condiciones especiales que marcaron la operación ante la emergencia sanitaria del Covid-19*

En el siguiente link se muestra un informe de evasión:

<https://www.transmilenio.gov.co/publicaciones/153766/este-2023-la-linea-base-de-evasion-disminuyo-hasta-ubicarse-en-1532/descargar.php?idFile=57005>

Es importante destacar que, en el componente Zonal del SITP, se están llevando a cabo la implementación de estudios destinados a determinar el impacto aproximado del fenómeno de la evasión en el sistema. El cual dió inicio a mediados del mes de febrero del presente año.

### **11.¿Se han identificado buenas prácticas nacionales e internacionales que se puedan adaptar en Bogotá para promover cultura ciudadana desde el transporte masivo?**

Desde la estrategia “En TransMi Pasan Cosas Buenas” se han identificado experiencias significativas en sistemas de transporte público masivo de distintas ciudades de América Latina. Estas buenas prácticas, si bien no han sido revisadas con el objetivo de una réplica directa, sí han servido como insumo clave para conocer enfoques innovadores que se están implementando en la región. Este ejercicio de análisis comparado ha nutrido el diseño de nuestras estrategias e inspirado la formulación de acciones pedagógicas, escénicas y narrativas propias, siempre contextualizadas a las particularidades del Sistema TransMilenio y la ciudadanía bogotana.

Se cuenta con un equipo técnico interdisciplinario que, a partir del estudio de referentes regionales, formula acciones concretas y diseña interacciones con los usuarios del sistema para fortalecer la cultura ciudadana. De esta forma, las experiencias internacionales no solo informan nuestro enfoque, sino que orientan decisiones estratégicas sobre cómo abordar comportamientos



ciudadanos, fomentar el sentido de pertenencia y promover el cuidado del transporte público en Bogotá.

1. Medellín, Colombia – Estrategia “Cultura Metro” (Metro de Medellín)

La estrategia “Cultura Metro” se ha consolidado como una de las iniciativas más emblemáticas de cultura ciudadana en transporte público en América Latina. Desde su implementación, el Metro de Medellín ha promovido comportamientos cívicos a través de un enfoque integral que combina educación formal, campañas visuales, liderazgo comunitario y actividades artísticas. Esta política institucional se basa en principios de corresponsabilidad, respeto por las normas y apropiación simbólica del sistema. Su éxito radica en la coherencia entre el discurso pedagógico y la experiencia del usuario, así como en la construcción de una narrativa que posiciona al usuario como parte activa del sostenimiento del sistema.

2. Quito, Ecuador – Programa “MetroCultura” (Metro de Quito)

“MetroCultura” es una estrategia del Metro de Quito que articula acciones formativas, culturales y de sensibilización ciudadana con el objetivo de transformar el comportamiento de los usuarios y promover una relación ética con el sistema. A través de la figura de los “Embajadores Metro”, se desarrolla una pedagogía cívica directa, enfocada en la modelación de comportamientos y la apropiación del espacio colectivo. El enfoque combina intervenciones en campo con contenidos narrativos y visuales, lo que permite incidir tanto en el comportamiento individual como en las normas sociales emergentes del entorno del metro.

3. Panamá – Programa “Amigos Metro” (Metro de Panamá)

El programa “Amigos Metro” del Metro de Panamá se orienta hacia la formación de ciudadanía desde la infancia, empleando metodologías lúdicas y educativas para enseñar normas de comportamiento en el transporte público. Su enfoque preventivo busca consolidar hábitos positivos antes de que aparezcan comportamientos disruptivos, lo que representa una aplicación efectiva del modelo de aprendizaje temprano desde las ciencias del comportamiento. Las actividades se complementan con materiales didácticos y jornadas culturales en estaciones, generando un entorno de confianza, respeto y corresponsabilidad entre los usuarios más jóvenes.

4. Ciudad de México, México – Campañas “Hazlo Bien” y “Respeta la Fila” (Metrobús CDMX)

Las campañas “Hazlo Bien” y “Respeta la Fila” implementadas por el Metrobús de Ciudad de México abordan comportamientos cotidianos mediante el uso estratégico de señalización, mensajes visuales y presencia de promotores en estaciones. Estas acciones se fundamentan en normas sociales, buscando activar la presión social positiva y aumentar la visibilidad del cumplimiento de las normas. La simplicidad de los mensajes y la repetición sistemática generan un entorno que refuerza la conducta esperada, especialmente en puntos críticos como las filas, el ascenso/descenso y el respeto al espacio ajeno.

5. Santiago de Chile – Campaña “Yo pago mi pasaje” (Red Metropolitana de Movilidad)

La campaña “Yo pago mi pasaje” en Santiago promueve una narrativa positiva sobre el acto de pagar el transporte público, transformando el cumplimiento de la norma en un acto de orgullo cívico. Esta estrategia se apoya en narrativas de identidad y pertenencia, reforzadas por expresiones artísticas en estaciones y mensajes visuales en buses y andenes. El enfoque desde las ciencias del comportamiento se manifiesta en el uso de reforzadores positivos, normas sociales descriptivas y apelaciones al valor colectivo de cuidar el sistema. El mensaje central: “el sistema lo construimos entre todos”.

6. Buenos Aires, Argentina – Teatro Comunitario en el Subte (Subterráneos de Buenos Aires)

La experiencia del Teatro Comunitario en el Subte integra arte, ciudadanía y apropiación simbólica del transporte. Se trata de intervenciones escénicas protagonizadas por colectivos ciudadanos que abordan temáticas de convivencia, diversidad y respeto en los espacios del sistema subterráneo. La estrategia fomenta la participación directa de la comunidad en la producción de contenidos, fortaleciendo el sentido de agencia y responsabilidad social. Además, su enfoque emocional y estético facilita la empatía, la identificación con el entorno y la resignificación del espacio como bien común.

7. São Paulo, Brasil – Carnaval de Calle: Reconquista del Espacio Público (Transporte Municipal)

En São Paulo, el uso del carnaval callejero como plataforma de transformación cultural representa una práctica innovadora que vincula las celebraciones populares con mensajes de movilidad segura y convivencia urbana. Esta iniciativa resignifica el espacio público desde lo festivo, integrando expresiones artísticas, mensajes pedagógicos y participación ciudadana. Desde una perspectiva de ciencias del comportamiento, se destaca el uso del “nudging emocional” para canalizar la atención hacia comportamientos deseables, sin recurrir a mecanismos coercitivos o punitivos. La estrategia demuestra cómo el arte popular puede ser una herramienta poderosa de cultura ciudadana.

8. Quito, Ecuador – Programa “BiciQuito” y transporte integrado

El programa BiciQuito promueve la movilidad activa y sostenible mediante una estrategia educativa que vincula el uso de la bicicleta con prácticas responsables en el espacio público. Aunque no es un sistema de transporte masivo per se, se articula con el transporte integrado de la ciudad y refuerza comportamientos cívicos como el respeto por las señales, la limpieza y la solidaridad en la vía. La campaña enfatiza valores como la salud, el cuidado ambiental y la corresponsabilidad, alineándose con principios de transformación cultural y diseño de hábitos desde el entorno.

9. Montevideo, Uruguay – Campaña “Cuidar es pagar” (Sistema de Transporte Metropolitano)

La campaña “Cuidar es pagar” del STM de Montevideo se basa en storytelling audiovisual y comunicación pública para visibilizar el impacto negativo de la evasión en el sistema. Mediante

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)



relatos de vida, testimonios y visualización de consecuencias colectivas, la campaña apela a las normas sociales y a la empatía del ciudadano. Esta estrategia construye un relato donde pagar el pasaje no es solo una obligación legal, sino un acto de cuidado y sostenimiento del bien público. La integración de medios digitales y testimoniales reales amplifica el alcance y la eficacia del mensaje.


**12. ¿Qué resultados concretos se han obtenido de las campañas de cultura ciudadana implementadas en los últimos años y cómo se mide su impacto?**

Bajo la Dirección del Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, que tiene como objetivo analizar, socializar y promover el uso social del conocimiento relacionado con las prácticas y expresiones culturales de la ciudad; se implementó un enfoque de medición en estaciones seleccionadas estratégicamente, priorizando factores como la evasión, el flujo de personas, la infraestructura y las condiciones socioeconómicas.

Este proceso concluyó en el 2024, con la realización de 18.161 encuestas y 245 conversaciones mediante dispositivos de diálogo sobre datos analizados con herramientas de análisis de lenguaje natural que midieron los niveles de confianza, orgullo y apropiación por el Sistema, arrojando cuatro (4) hallazgos principales que se detallan en la respuesta al numeral 1. Resultados obtenidos Convenio Interadministrativo, componente 2. Estrategia innovadora de investigación, monitoreo y evaluación.

En los anteriores términos, se presenta respuesta de la petición del asunto.

Atentamente,

 Firmado Electrónicamente  
\*22/05/2025 16:38:14  
**Por: MARIA FERNANDA  
ORTIZ CARRASCAL**

**María Fernanda Ortiz Carrascal**  
**Gerente General**

Proyectó: Oscar Vera - Subgerencia Económica.  
Mabel Carrasquilla - Claudia Mahecha - Juan Pablo Bernal - Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones  
Daniel Sánchez M - Gerencia General  
Revisó Oscar Vera - Subgerencia Económica.  
Mabel Carrasquilla - Claudia Mahecha - Juan Pablo Bernal - Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones  
Xiomara Romero - Gerencia General  
Alejandro Beltrán - Gerencia General  
Aprobó: Marcos Antonio Ataya Saray - Subgerente Económico  
Yolima Pérez Ariza - Subgerente de Atención al Usuario y Comunicaciones  
Código: 801

R-DA-005 septiembre de 2024

**TRANSMILENIO S.A.**

Avenida Calle 26 # 69-76  
Edificio Elemento - Torre 1 Piso 5  
Código postal: 111071  
Teléfono: (601) 2203000  
Información: línea (601) 4824304  
[www.transmilenio.gov.co](http://www.transmilenio.gov.co)

