

# **INFORME DE ACCIONES DE LA GERENCIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL (GRSA) RESPECTO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METROCULTURA**

A continuación se detallan los procesos y actividades que se han generado desde la Dirección Social de la GRSA, para la implementación de la MetroCultura.

## **1. Antecedentes**

Hasta noviembre de 2019, la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito no había generado ningún proceso para la construcción del proyecto MetroCultura. Se tenía planificado la contratación de una consultoría internacional que permita generar un modelo de gestión educativo, social y cultural.

En diciembre de 2019, por disposición del Alcalde, la EPMMQ consolida un equipo interdisciplinario con experiencia en procesos de gestión social, participación ciudadana, comunicación, pedagogía, antropología para desarrollar el Modelo de Gestión de MetroCultura, descartando la contratación de los servicios de consultorías.

En marzo de 2020, la Gerencia General dispone a la Gerencia de Responsabilidad Social y Ambiental la generación de un proceso social permanente que garantice ejes de acción para la formación y educación de los futuros usuarios del Metro de Quito.

La EPMMQ firmó un convenio marco de cooperación con la Universidad Central del Ecuador para trabajar en proyectos de vinculación que permitan la creación e implementación del Modelo de MetroCultura.

## **2. Creación del Modelo de Gestión MetroCultura**

A partir de marzo de 2020, un equipo conformado por promotores sociales, comunicadores, antropólogos, docentes y técnicos del Metro de Quito inician la construcción del Modelo de Gestión de MetroCultura.

El modelo nace bajo la necesidad de generar un proceso social que involucre a la ciudadanía en espacios de formación de manera permanente, enfocándose en un modelo de gestión que motive una adecuada cultura ciudadana.

La construcción del modelo duró aproximadamente 4 meses, con el seguimiento y apoyo de la academia, el Consejo de Protección de Derechos, Patronato San José, Secretaría de Inclusión, Secretaría de Educación, Secretaria de Coordinación Territorial, Secretaría de Comunicación, y la participación de más de 30 académicos, decanos de facultades, expertos, y colectivos sociales.

En agosto de 2020, la Dirección Social presenta el Modelo de Gestión de MetroCultura que construyó con la siguiente estructura:

- Análisis Histórico, contextual y demográfico; contexto político de participación; información levantada en el Plan de Relaciones Comunitarias.
- Identificación y revalorización de los derechos ciudadanos.
- Macroenfoques sociales, metodología, misión y visión, objetivos, enfoques, lineamientos y propósitos.
- Estrategias de implementación de la MetroCultura.

A partir de esta estructura, el Modelo generó 5 planes de implementación:

- Plan de Comunicación de MetroCultura
- Plan de Atención al Usuario
- Plan de Intervención Sociocultural
- Plan de Formación al Usuario
- Plan de Buenas Prácticas Ambientales

El Modelo integra el estudio y generación de perfiles sociales en las 15 estaciones del Metro de Quito, donde se pudo determinar las características sociales, económicas, culturales y étnicas de las familias que habitan en el área de influencia de la Primera Línea del Metro de Quito.

### **3. Socialización del Modelo de MetroCultura**

El Modelo de Gestión de MetroCultura fue socializado con distintos actores sociales para recibir observaciones e impulsar un proceso participativo, la EPMMQ realizó actas y encuestas de estas socializaciones que serán incluidas en la actualización del Modelo, que se determinó que se lo haga cada 6 meses.

Entidades consultadas:

- Consejo de Protección de Derechos
- Secretaría de Cultura
- Secretaría de Educación
- Secretaría de Inclusión
- Secretaría de Coordinación Territorial
- Secretaría de Comunicación
- 30 encuestas a docentes, académicos y líderes de opinión.

### **4. Planes de implementación de la MetroCultura**

#### **❖ Plan de Comunicación**

Objetivos Específicos:

- Construir una nueva identidad social a través de los valores ciudadanos de MetroCultura para generar una transformación en las normas de comportamiento en el Metro de Quito y en la ciudad.

- Realizar la estrategia de comunicación de MetroCultura apegada a los atributos y personalidad para la difusión de los contenidos y la apropiación de los ciudadanos.
- Empoderar al ciudadano para la apropiación del Metro de Quito, a través de su participación activa y constante en el cuidado y buen uso del mismo.
- Posicionar la transformación en el sistema de transporte con parámetros de calidad que permiten brindar un mejor servicio al ciudadano.
- Difundir las actividades y la planificación de las acciones de MetroCultura a través de medios adecuados a los públicos objetivos.
- Cubrir las necesidades de información de los usuarios del Metro de Quito.
- Dar soporte en medios y canales de comunicación a los contenidos de MetroCultura

Estos objetivos fueron delegados a través de una resolución para su implementación a la Dirección de Comunicación de la EPMMQ.

#### ❖ **Plan de Atención al Usuario**

Objetivos Específicos:

- Identificar los puntos de contacto del Metro de Quito con la ciudadanía para establecer frentes de atención al usuario.
- Identificar las necesidades de información del usuario antes, durante y después de entrar en contacto con el subsistema Metro de Quito.
- Apoyar a los usuarios de los 10 grupos de atención prioritaria durante los trayectos realizados en el Metro de Quito.
- Establecer protocolos de atención personalizada de acuerdo a situaciones presentadas dentro del sistema.
- Identificar problemáticas que interfieran en el funcionamiento adecuado del sistema.
- Capacitar constantemente a los equipos de atención al usuario en relación a los parámetros de calidad.
- Establecer protocolos de atención personalizada a usuarios con discapacidad o pertenecientes a los grupos de atención prioritaria de acuerdo a situaciones presentadas dentro del sistema.

Estas actividades fueron delegadas a través de una resolución para su implementación a la Dirección de Social.

#### ❖ **Plan de Intervención Sociocultural**

Objetivos Específicos:

- Revalorizar los aspectos identitarios de la población en Quito, a través del Plan de Intervención.
- Recuperar la tradición oral de barrios aledaños a las Estaciones del Metro de Quito.

- Generar espacios artísticos dentro de las 15 Estaciones del Metro de Quito.
- Crear las bases para concursos que traten las expresiones artísticas dentro de las Estaciones del Metro de Quito
- Garantizar la paridad de género y la inclusión de grupos de atención prioritaria en la oferta, espacios y convocatorias culturales.
- Visibilizar el sincretismo dinámico en los usuarios del Metro de Quito.

Estas actividades fueron delegadas a través de una resolución para su implementación a la Dirección de Social.

#### ❖ **Plan de Formación al Usuario**

Objetivos Específicos:

- Implementar una estrategia formativa interna a través del eje institucional del Municipio de Quito y de la EPMMQ, así como de todas las instituciones relacionadas con el Metro de Quito.
- Difundir los contenidos de MetroCultura y capacitar a los usuarios para el uso correcto y adecuado del sistema de transporte Metro de Quito, desde un enfoque de derechos.
- Facilitar el conocimiento de los servicios, derechos y obligaciones que deben cumplirse dentro del sistema de transporte Metro de Quito, con el fin de vincular a todos los ciudadanos con el desarrollo de una sociedad inclusiva y equitativa.
- Motivar en los usuarios en la práctica de valores y una actitud responsable, respetuosa, que les permita desenvolverse de manera correcta, convirtiendo a los usuarios en agentes activos y garantes de la eficiencia en el uso del Metro de Quito.
- Fortalecer la participación de la población para lograr su integración e involucramiento en su propio desarrollo afianzando la pertenencia de los ciudadanos al espacio donde se desenvuelven con un conjunto de acciones dirigidas a la construcción de ciudadanía, inclusión, igualdad y derechos.

Estas actividades fueron delegadas a través de una resolución para su implementación a la Dirección de Social.

#### ❖ **Plan de Buenas Prácticas Ambientales**

Objetivos Específicos:

- Enseñar sobre la adecuada disposición de los desechos que los usuarios pueden producir.
- Ocupar espacios del Metro de Quito para la realización de actividades de conciencia ambiental.
- Integrar a todos los proveedores y colaboradores a integrar a la política ambiental del Metro de Quito.

- Incluir a los usuarios de transporte alternativos de movilidad, que se vinculen con el Metro de Quito.

Estas actividades fueron delegadas a través de una resolución para su implementación a la Dirección Ambiental.

## **5. Productos adicionales del Modelo de MetroCultura**

- Manual del Usuario: 54 reglas de comportamiento del usuario en el subsistema Metro de Quito. Incluyen deberes, obligaciones, prohibiciones y medidas de bioseguridad para los pasajeros.
- Código de Ética: Es un documento que consta de normas, reglamentos y valores que se proponen establecer para garantizar un buen comportamiento y actitudes positivas de las personas que forman parte del Metro de Quito.

## **6. Cronograma de actividades**

METROCULTURA	MES	MENSAJE	ESTRATEGIAS	IDEAS CREATIVAS	ENTREGABLES	COMUNICACIÓN
<b>MetroTalleres</b> <b>Mercados</b> <b>Barrios</b> <b>Docentes</b> <b>Casa Somos</b>	Enero / diciembre	<b>3 mensajes claves:</b> <b>1.- SIT en Quito.</b> <b>2.- Cómo funciona un Metro.</b> <b>3.- Cómo podemos cuidarlo.</b>	<b>Presencial</b> <b>Virtual</b>	<b>Talleres:</b> <b>1.- Guía de Embajadores</b> <b>2.- Guía de Líderes</b> <b>3.- Guía Infantil</b>	<b>- Videos pedagógicos</b> <b>- Plegables</b> <b>- Material Pop</b>	<b>- Comunicación en redes sociales</b> <b>- Eventos</b> <b>- Diseño de plegables</b>

<b>Textos</b> <b>Educativos</b> <b>Guía de uso</b> <b>Guía de uso rápida</b> <b>Guía Infantil</b> <b>MetroCuentos</b>	Enero / Julio	<b>3 mensajes claves:</b> <b>1.- SIT en Quito.</b> <b>2.- Cómo funciona un Metro.</b> <b>3.- Cómo podemos cuidarlo.</b>	<b>Versiones digitales</b> <b>Versiones impresas</b>	<b>1.- 50 mil guías de uso</b> <b>2.- 50 mil guías de uso rápidas</b> <b>3.- 20 mil guías infantiles</b> <b>4.- 2 mil MetroCuentos</b>	<b>- Ilustraciones</b> <b>- Textos dinámicos</b> <b>- Mapas de ubicación</b> <b>- Procesos pedagógicos</b>	<b>- Diseño de guías</b> <b>- Comunicación en redes sociales y página web</b> <b>- Apoyo con spot enfocado en los valores de la MetroCultura.</b>
--	---------------	--	---	---	---	---

<b>Plataforma de MetroCultura</b>	<b>Enero / Mayo</b>	<b>Contenido institucional, pedagógico, de servicio y atención al usuario.</b>	<b>Espacio de interacción digital entre el usuario y el Metro de Quito. Generación de necesidad e información.</b>	<b>1.-Página Institucional 2.-Modulo de Atención al Usuario. 3.-Módulo MetroCultura 4.- Información en línea del servicio.</b>	<b>- Recorridos Virtuales - Mapas de Comercios - Talleres - Buzón de las cosas perdidas</b>	<b>- Comunicación en redes sociales y página web.</b>
-----------------------------------	---------------------	--	--	--	---	---

METROCULTURA	MES	MENSAJE	ESTRATEGIAS	IDEAS CREATIVAS	ENTREGABLES	COMUNICACIÓN
<b>Activaciones Culturales (Por definirse)</b>	Marzo / Agosto	2.- Cómo funciona un Metro. 3.- Cómo podemos cuidarlo.	Activaciones en el espacio público, sin aglomeraciones, comunicación unidireccional.	Propuesta creativa del proveedor	1.- Mimos 2.- Títeres 3.- Música 4.- Teatro Callejero 5.- Stand up Comedy	- Revisión de guion alineado a la línea comunicacional  - Generación de mensajes a comunicar.
<b>Campaña educativa Quiero Ser</b>	Abril / Diciembre	1.- Restitución de Derechos 2.- Equidad de Género 3.- Violencia de Género	Generación de cuentos a través de 6 mujeres quiteñas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propuesta creativa</li> <li>Ilustraciones</li> <li>Procesos pedagógicos</li> </ul>	1.- Versiones digitales 2.- Versiones impresas	- Desarrollo de línea gráfica.  - Revisión de textos  - Comunicación digital
<b>El Vagón de la MetroCultura (Sectores populares)</b>	Marzo / Diciembre	3 mensajes claves: 1.- SIT en Quito. 2.- Cómo funciona un Metro. 3.- Cómo podemos cuidarlo.	Replica real de la maqueta del Metro de Quito que será instalado en el espacio público	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plegables</li> <li>Guía del promotor</li> <li>Material POP</li> </ul>	1.- Maqueta lista 2.-Promotores Sociales	- Phygital  - Comunicación digital  - Revisión de línea gráfica  - Definición de mensajes comunicacionales

<b>Murales</b>	Mayo / Agosto	Expresiones artísticas de los valores de la MetroCultura	Generación de murales en los principales pasos deprimidos de la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta creativa</li> <li>• Participación de grupos urbanos</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- 10 pasos a desnivel</li> <li>2.- Intervención a gran escala</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura de eventos</li> <li>• Difusión digital</li> <li>• Convocatoria para artistas urbanos</li> <li>• Productos audiovisuales</li> </ul>
<b>El Teletransportador</b>	Junio / Diciembre	<p>3 mensajes claves:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- SIT en Quito.</li> <li>2.- Cómo funciona un Metro.</li> <li>3.- Cómo podemos cuidarlo.</li> </ol>	Es un trole que se transforma en un vagón del Metro. Tiene 5 módulos de interacción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta Tecnológica</li> <li>• Proceso Pedagógico</li> <li>• Videos audiovisuales</li> <li>• Plegables</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Módulo de Bioseguridad</li> <li>2.- Módulo del SIT</li> <li>3.- Módulo Formación al Usuario</li> <li>4.- Módulo de MetroCultura</li> <li>5.- Módulo de Refuerzo</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión digital</li> <li>- Phygital</li> <li>- Coordinación de línea gráfica</li> <li>- Coordinación de mensajes comunicacionales</li> </ul>

Atentamente,

Carlos Ordóñez  
 Director Social y Patrimonial