



SOMOS 10
TERRITORIOS
INTEGRADOS

8/28/2018



201808281754421611028207
COMUNICACIONES OFICIALES RECI...
agosto 28 2018 17:54
Radicado 00-028207



Señores
AREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRA
ATENCIÓN AL USUARIO
Medellín, Antioquia

Asunto Documento Plan MES Vigencia 2018

Buenas tardes señores (as) AMVA.

La Universidad CES envía el PMES; según lo establecido en la Resolución 1379 del año 2017.

Att;
Hernán Giraldo
Coordinador PMES
Universidad CES

Atentamente,

UNIVERSIDAD CES
INSTALACIÓN: CES POBLADO
MUNICIPIO: Medellín
DIRECCIÓN: A S -
CORREO ELECTRÓNICO: universidadces@ces.edu.co
TELÉFONO: 4440555

Carrera 53 No. 40A-31 | CP. 050015. Medellín, Antioquia. Colombia
Conmutador: [57.4] 385 6000 Ext. 127
NIT. 890.984.423.3



@areametropol
www.metropol.gov.co

UNIVERSIDAD CES
PLAN DE MOVILIDAD EMPRESARIAL SOSTENIBLE



UNIVERSIDAD CES
Un compromiso con la excelencia

Agosto de 2018

 TABLA DE CONTENIDO

1. COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN.....	4
2. OBJETIVOS Y METAS	6
2.1. OBJETIVOS	6
2.2. METAS	6
3. DIAGNÓSTICO DE MOVILIDAD	6
3.1. METODOLOGÍA.....	6
3.2. EVALUACIÓN DE SITIO	7
3.2.1. Información de contacto	7
3.2.2. Información general.....	7
3.2.3. Infraestructura interna y de comunicaciones.....	7
3.2.4. Parqueadero para automóviles.....	8
3.2.5. Parqueadero para motos	8
3.2.6. Parqueadero para bicicletas	8
3.2.7. Duchas para los trabajadores	8
3.2.8. Entorno de la organización	8
3.2.9. Estrategias de movilidad sostenible.....	10
3.3. ENCUESTA DE MOVILIDAD DE TRABAJADORES	10
3.3.1. Datos generales	10
3.3.2. Información socio – económica	12
3.3.3. Horario de trabajo.....	14
3.3.4. Datos del desplazamiento y emisiones	16
4. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD SOSTENIBLE.....	20
4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	20
4.2. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD ACTIVA	22
4.2.1. Estrategias de movilidad activa	23
4.3. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD EN SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE.....	24
4.3.1. Estrategias para promover el transporte público.....	24
4.4. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL CARRO PARTICULAR	24
4.4.1. Estrategias para reducir el uso del vehículo particular	25
4.5. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL VEHÍCULO PARTICULAR	26
4.5.1. Estrategias para reducir el número de viajes	26
4.6. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR LA CULTURA DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE	26

4.6.1. Estrategias para fomentar la cultura de la movilidad sostenible	26
5. MONITOREO Y EVALUACIÓN	27

1. COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN

La sostenibilidad: un compromiso de todos

Aristóteles planteaba que la investigación sobre la ética se deduce necesariamente en la política, entendida como la forma de expresar y construir ideas entre las personas que lideran y velan por las garantías de un grupo poblacional, en este caso, de la comunidad académica de la Universidad CES y sus entornos local y global.

En nuestra organización, la calidad, la innovación y la transparencia se expresan en los procesos misionales del día a día. Esta construcción de valores compartidos la hemos articulado para que nuestros procesos estén marcados por la sostenibilidad.

Debe recordarse que la Economía Ecológica emerge como una disciplina orientada al estudio de las relaciones e interacciones entre los sistemas ecológicos y los económicos, con un enfoque integrador y con unas bases científicas y principios analíticos que permiten su identificación.

Como universidad no podemos estar ajenos a las tendencias mundiales. Debemos repensar y proponer alternativas de culturización a una problemática del desarrollo, una estructura industrial mundial basada en el uso de los combustibles fósiles, especialmente del petróleo, que nos ha venido acercando a un problema alarmante: el cambio climático global. Los indicios científicos develan la gravedad y la urgencia de detener el deterioro ecológico, antes de cruzar umbrales que produzcan consecuencias dañinas y potencialmente irreversibles para los ecosistemas, la sociedad y la economía.

Es hora de un cambio mental. Por esto la Universidad CES se ha comprometido con la sostenibilidad, no como un discurso, sí como una acción estratégica articulada con nuestro crecimiento y centrada en sus componentes social, ambiental y económico que potencien nuestra convicción de ser una organización de y para la sociedad. Por su parte, los componentes de productividad, subsidiariedad y proyección social están acompañados de procesos innovadores de valor compartido y de transparencia.

Con este compromiso trabajamos en la creación de una cultura de la sostenibilidad en la educación, la accesibilidad, el transporte (incluyendo la formulación e implementación de los Planes de Movilidad Empresarial Sostenibilidad), el consumo energético, la protección del medioambiente, la generación de espacios laborales adecuados y la promoción de la vida sana.

Sin embargo, la sostenibilidad no es una labor solo de rectoría, es la tarea de un equipo de personas, un convencimiento corresponsable de todos y un compromiso para que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) no queden en un discurso, sino que sean motor de cambio personal, académico y social.

La Universidad CES se ha comprometido con la sostenibilidad, no como un discurso, sí como una acción estratégica articulada con nuestro crecimiento y centrada en sus componentes social, ambiental y económico.



DR. JORGE JULIÁN OSORIO GÓMEZ
Rector

2. OBJETIVOS Y METAS

2.1. OBJETIVOS

Ofrecer alternativas de movilidad sostenible a los empleados de la Universidad CES.

Crear conciencia sobre la problemática ambiental que permita a la comunidad universitaria hacer una elección de alternativas sostenibles de movilidad en pro de la sociedad y el medio ambiente.

Reducir el impacto ambiental relacionado con la movilidad de los empleados de la Universidad CES.

2.2. METAS

Disminuir para el 2019 un 10% del total de las emisiones de CO₂ generadas por viajes al trabajo y movilidad de los empleados de la Universidad CES.

Vincular al 10% de los empleados de la Universidad CES en alguna de las estrategias de movilidad sostenible para año 2019.

Hacer en 2019 una campaña de concientización en relación con la problemática de calidad del aire del Valle de Aburrá y sus soluciones alineadas con la movilidad sostenible.

Para el 2019 contar con un 20% de carros híbridos o eléctricos en las flotas de transporte de la Universidad CES.

Instalar 10 parqueaderos para bicicletas eléctricas en las instalaciones de la Universidad CES.

3. DIAGNÓSTICO DE MOVILIDAD

3.1. METODOLOGÍA

El diagnóstico de movilidad se realizó mediante la aplicación de la encuesta digital: “Encuesta de Movilidad Comunidad -Universidad CES”. En esta encuesta se realizó diferenciación entre empleados y estudiantes, entendiendo que el compromiso de la Universidad es brindar oportunidades para toda su comunidad.

Adicionalmente se realizó la evaluación de sitio.

Los formatos y resultados están disponibles en la plataforma web de PMES del AMVA.

La tasa de participación de los trabajadores en la encuesta fue del 31%, con un total de encuestas respondidas de 462.

La muestra representativa se tomó con un error del 5%; según la siguiente expresión:

$$n = \frac{384.16}{1 + \left(\frac{384.16}{N}\right)}$$

$$n = \frac{384.16}{1.26}$$

$$n = 305$$

3.2. EVALUACIÓN DE SITIO

La evaluación de sitio se realizó con el formato suministrado por la plataforma PMES – SIM.

3.2.1. Información de contacto

Nombre Organización	Universidad CES
Dirección	Calle 10 A # 22-04
Barrio	Altos del Poblado
Municipio	Medellín
Nombre del Promotor de Movilidad	Hernán Darío Giraldo Ramírez
Teléfono	4440555 Ext 1284
Correo electrónico	hdgiraldo@ces.edu.co

3.2.2. Información general

Nombre Organización	Universidad CES
Jornada laboral	6:00 a.m. – 9:00 p.m.
Número de Trabajadores	Número total de trabajadores: 1488
	Trabajadores de tiempo completo: 145
	Trabajadores de tiempo parcial: 246
	Trabajadores por temporadas: 0
	Trabajadores en áreas administrativas: 1097
	Trabajadores en áreas operativas: 0

3.2.3. Infraestructura interna y de comunicaciones

¿Qué infraestructura tiene usted para permitir el teletrabajo?	<p>Acceso a internet (dispositivos móviles, aplicaciones empresariales, web laboral).</p> <p>Servidor con acceso remoto.</p> <p>Acceso remoto a computadoras (escritorios remotos).</p>
¿Cuenta la organización con infraestructura funcional para el desarrollo de	Si

teleconferencias/videoconferencias?	
-------------------------------------	--

3.2.4. Parqueadero para automóviles

Número de celdas disponibles para carro	996
¿Son propiedad de la organización?	Sí
Costo para el trabajados por celda	\$1900 - \$ 2200
¿Existen subsidios?	Sí
Superficie total (m ²)	53310

3.2.5. Parqueadero para motos

Número de celdas disponibles para carro	112
¿Son propiedad de la organización?	Sí
Costo para el trabajados por celda	\$900 - \$ 1100
¿Existen subsidios?	No
Superficie total (m ²)	2000

3.2.6. Parqueadero para bicicletas

Número de celdas disponibles para carro	20
¿Son propiedad de la organización?	Sí
Costo para el trabajados por celda	\$0
¿Existen subsidios?	Sí
Superficie total (m ²)	60

3.2.7. Duchas para los trabajadores

¿Se cuenta con disponibilidad de duchas para los trabajadores?	Sí
Cantidad de duchas	22
Son suficientes	Sí

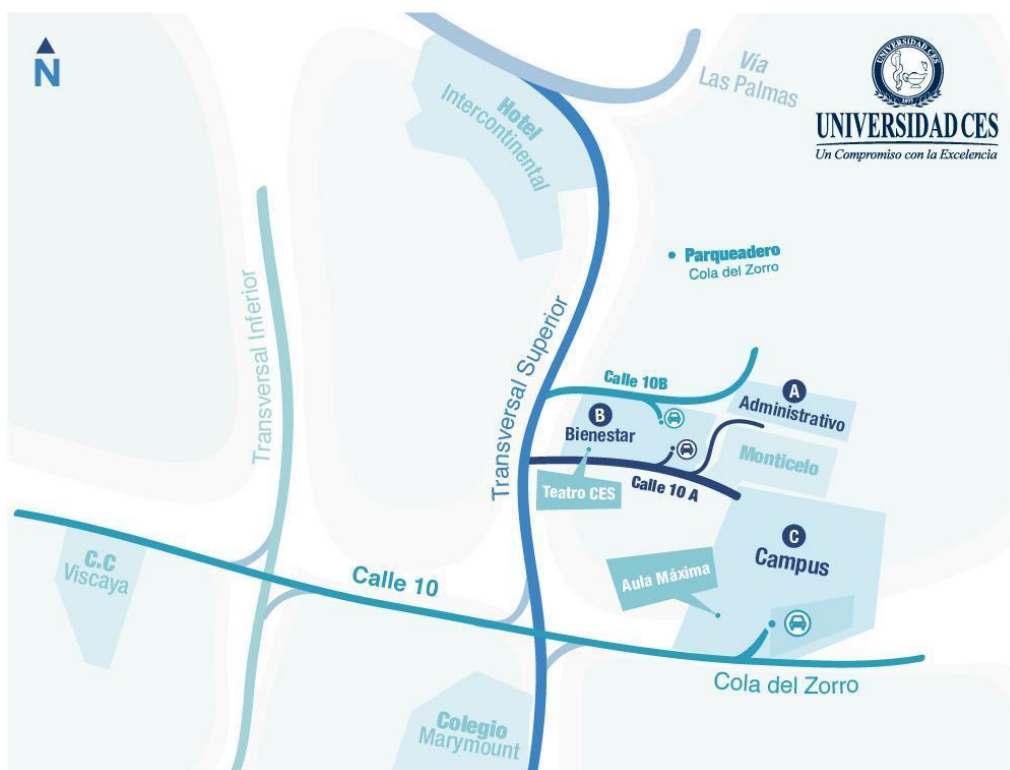
3.2.8. Entorno de la organización

¿Las instalaciones de la organización tienen cobertura de transporte público?	<p>Sí</p> <p>Metro alimentador Bus/colectivo</p> <p>Transporte público</p> <p>Desde el centro – parque San Antonio: Ruta 164 A</p> <p>Desde el Metro – estación Poblado: Ruta integrada 34.</p> <p>Transversal superior: San Lucas 136, comercial hotelera 305.</p>
---	--

	Vías de acceso Transversal superior, palmas, cola del zorro, calles 10,10A y 10B.
¿Existen senderos peatonales en las vías aledañas a la organización?	Sí
¿Existen Ciclo rutas en vías de acceso a la organización?	No
¿Existen estaciones del sistema de bicicletas públicas EnCicla en cercanía (en menos de 500 m) a la organización?	No
¿La iluminación de las vías aledañas a la organización es?	Buena
¿La señalización de las vías aledañas es?	Buena
¿La percepción de seguridad en los alrededores de la organización es?	Buena

En la figura 1, se observan las vías de acceso con las que cuenta la Universidad CES.

Figura 1. Vías de acceso Universidad CES



3.2.9. Estrategias de movilidad sostenible

¿Actualmente la organización impulsa o tiene implementada alguna estrategia de movilidad sostenible?	Sí
Teletrabajo (# de participantes)	10
Fomento de movilidad a pie ((# de participantes)	31
Promoción del uso del transporte público (# de participantes)	250
Fomento de uso del transporte público (# de participantes)	250
Rutas empresariales (# de participantes)	12
Día de la movilidad sostenible (día sin carro, otro) (número de participantes)	
Carro compartido (número de participantes)	143
Regulación de parqueaderos (# de participantes)	Si
Flexibilidad horaria (# de participantes)	
Escalonamiento de horarios (# de participantes) Semana comprimida (# de participantes)	

3.3. ENCUESTA DE MOVILIDAD DE TRABAJADORES

3.3.1. Datos generales

Muestra representativa de la población

El diagnóstico de movilidad se realizó mediante la aplicación de la encuesta digital: “Encuesta de Movilidad Comunidad -Universidad CES”. En esta encuesta se realizó diferenciación entre empleados y estudiantes, entendiendo que el compromiso de la Universidad es brindar oportunidades para toda su comunidad.

Adicionalmente se realizó la evaluación de sitio.

Los formatos y resultados están disponibles en la plataforma web de PMES del AMVA.

La tasa de participación de los trabajadores en la encuesta fue del 31%, con un total de encuestas respondidas de 462. La muestra representativa se tomó con un error del 5%.

Cada una de las variables se describe en la guía mencionada.

$$n = \frac{384.16}{1 + \left(\frac{384.16}{N}\right)}$$

$$n = \frac{384.16}{1.26}$$

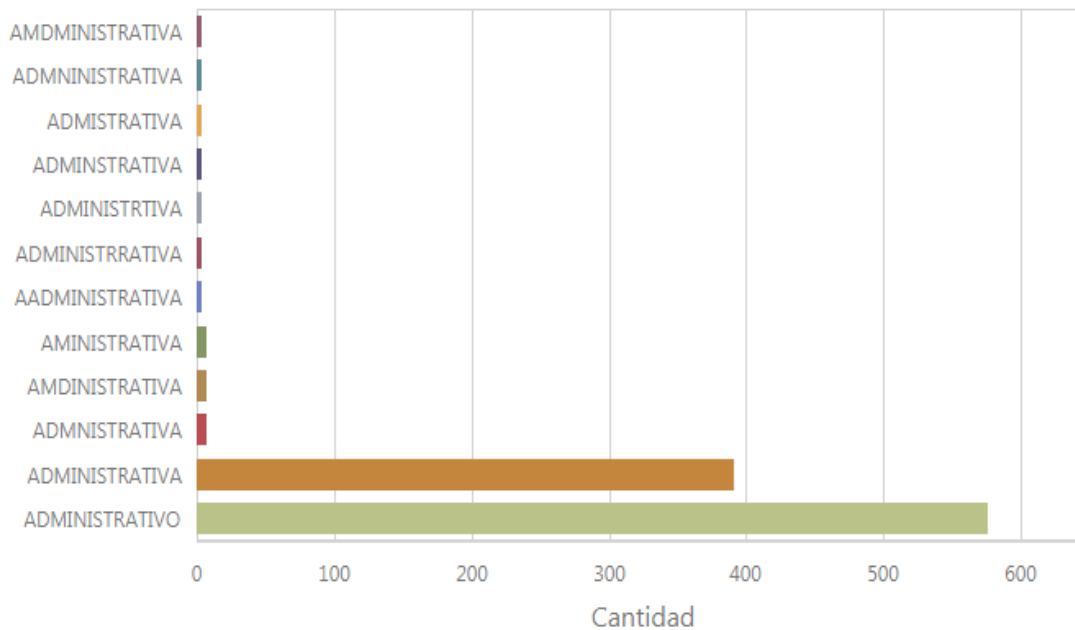
$$n = 305$$

Distribución del personal en áreas

Como se observa en la gráfica 1, el personal encuestado pertenece a las diferentes áreas administrativas; entre las que se encuentran: rectoría, dirección administrativa y financiera, dirección académica, dirección de investigación y desarrollo, facultades, entre otras.

Para el año 2017 la Universidad posee un total de 1219 empleados en todas sus sedes.

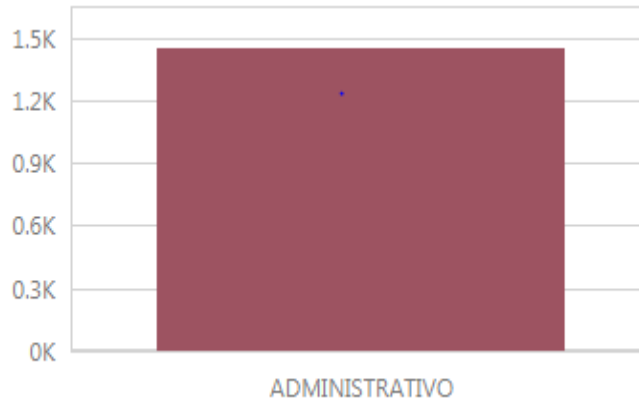
Gráfico 1. Distribución del personal



Tipo de trabajadores

Los trabajadores de la Universidad CES, se clasifican en directivos, administrativos y docentes; estos últimos se clasifican en docentes de planta y cátedra.

Gráfico 2. Tipo de trabajador



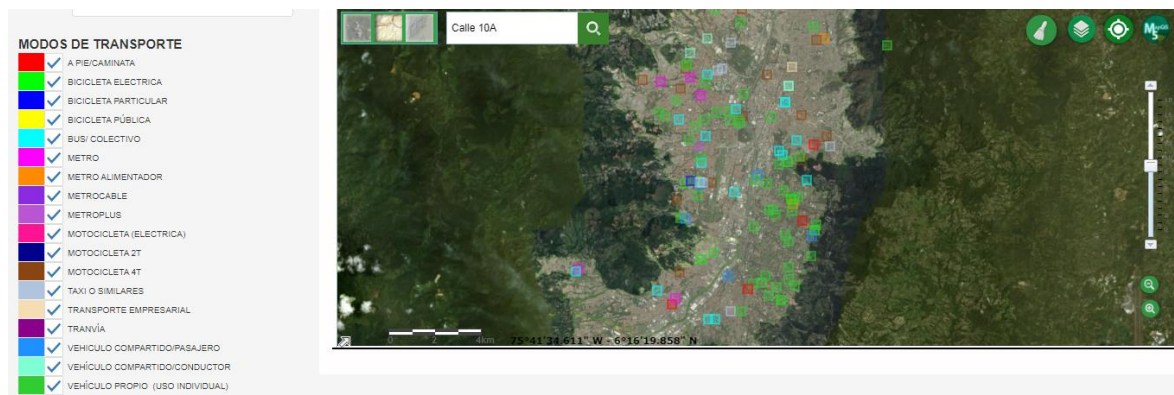
Mapa de calor

En el gráfico 3, se observa el mapa de calor según la ubicación de las residencias de los empleados y los modos de transporte utilizados.

Según la gráfica, las residencias de los empleados se ubican en el costado oriental del Valle de Aburrá, sobresaliendo el municipio de Envigado y la comuna 14 de la ciudad de Medellín (Poblado). Así mismo se observa gran cantidad de residencias en la zona de Laureles y Belén de la ciudad de Medellín.

Los modos de transporte que sobresalen es vehículo propio y vehículo compartido.

Gráfico 3. Mapa de calor por modos de transporte



3.3.2. Información socio – económica

Sexo y edades de la población Universidad CES

La distribución por sexo del personal que labora en la Universidad, corresponde a mujeres (62.44%) y hombres (37.56%); lo que demuestra la inclusión del personal femenino en la institución.

En la distribución por edades, las principales distribuciones corresponden a los rangos de 35 a 44 años, seguidos por 25 a 34 y 45 a 54 años.

Gráfico 4. Distribución del personal por sexo

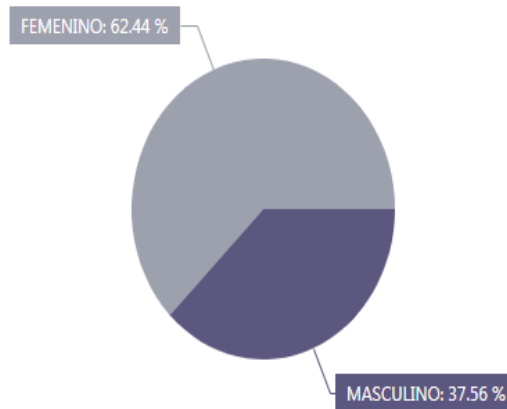
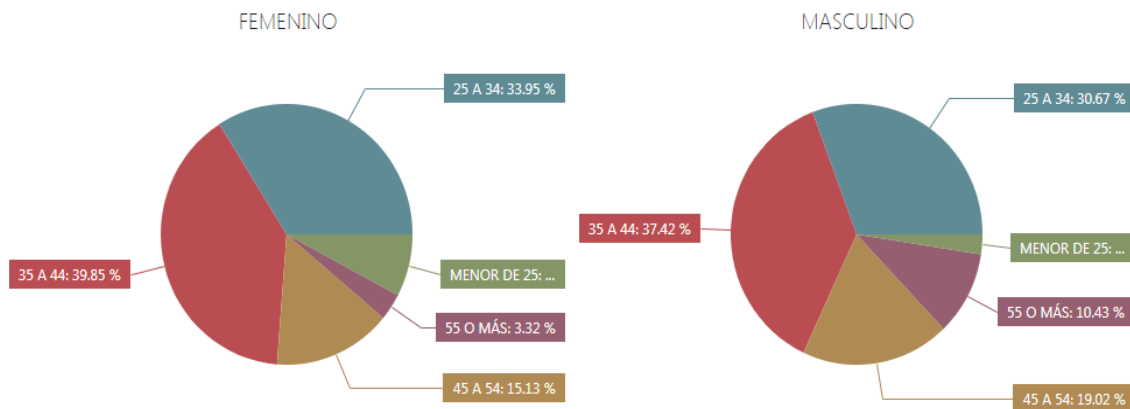


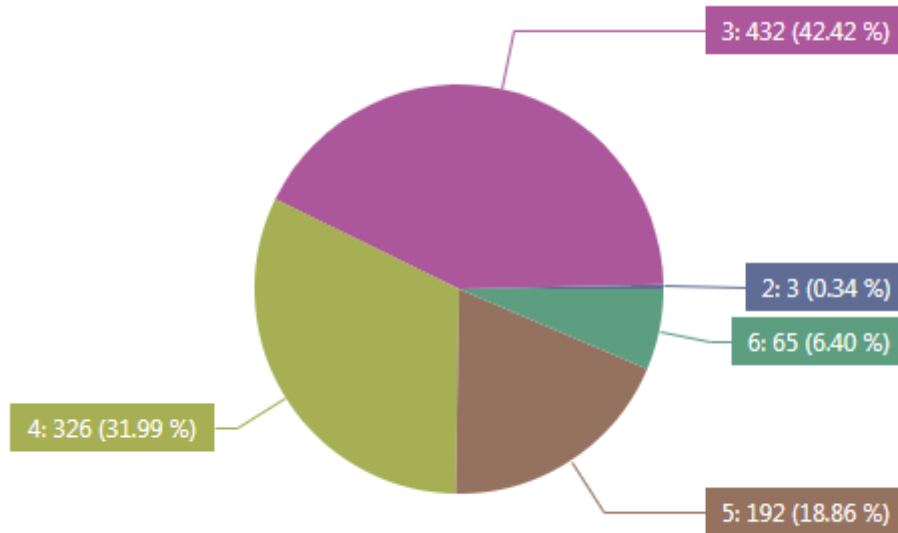
Gráfico 5. Distribución por edades



Estrato socio – económico

La distribución socio – económica que predomina en la Universidad es el estrato 3, representando un 42.42%, seguido por el estrato 4 con un 31.99% y por el estrato 5 con un 18.86%.

Gráfico 6 distribución socio – económica



3.3.3. Horario de trabajo

El horario establecido por la Universidad para su funcionamiento es de lunes a viernes de 06:00 am hasta las 21:00h y los días sábados desde las 08:00 am hasta las 12:00m. en estos horarios se dictan clases en pregrado como es posgrados (17:00 – 21:00 h).

El horario establecido para el personal administrativo es de lunes a viernes de 07:00 am hasta las 17:00h. Esta condición puede desfavorecer la movilidad en el sector; dado que la gran mayoría de los empleados se transporta en vehículo particular.

Gráfico 7. Horario de entrada

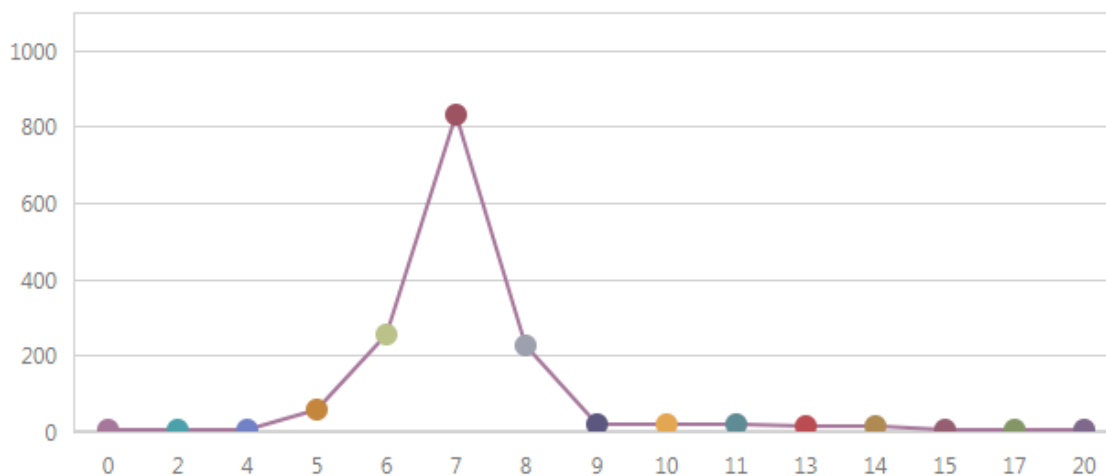
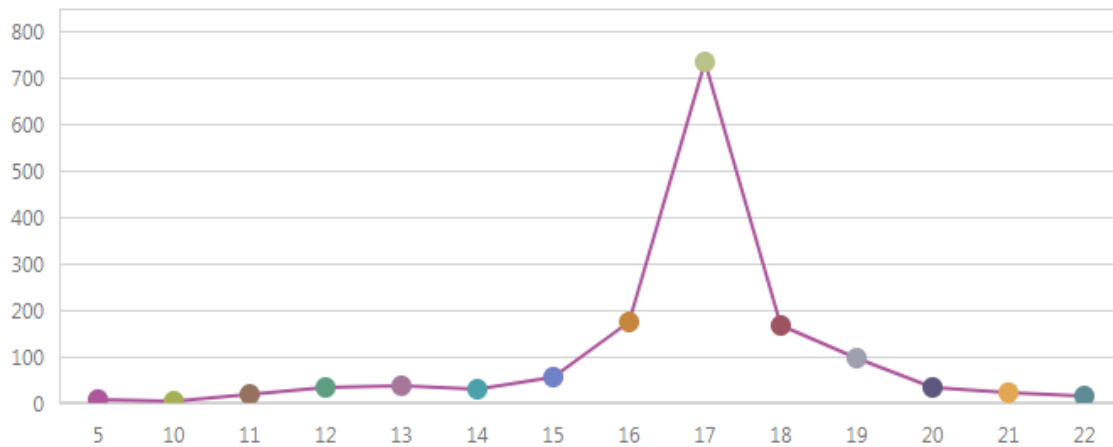


Gráfico 8. Horario de salida



Población que realiza teletrabajo

En la actualidad se están realizando diferentes pilotos de teletrabajo desde el área de Desarrollo Humano y Bienestar Institucional y el área de Sostenibilidad.

Como se observa en el gráfico 9, la cantidad de empleados que realizan esta modalidad de trabajo no es significativa en comparación con la cantidad total de empleados; dado que como se mencionó se encuentra fase piloto.

Gráfico 9. Distribución personal teletrabajo

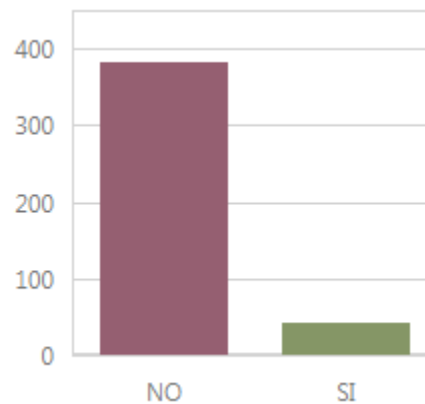
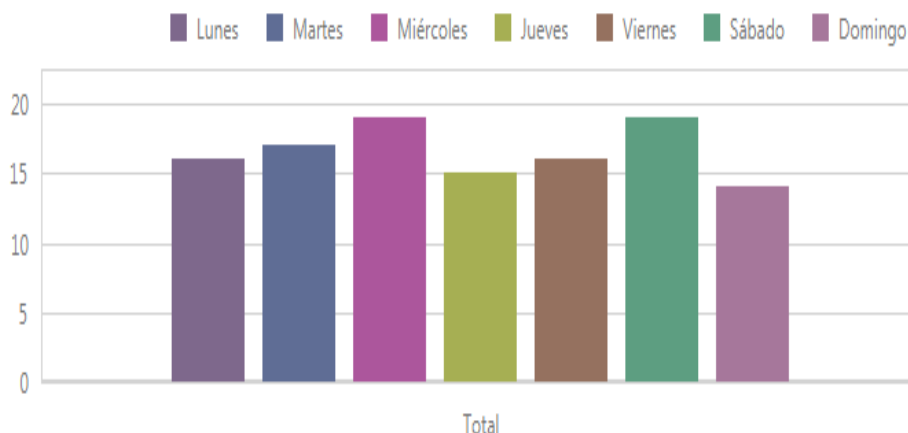


Gráfico 10. Días de teletrabajo



3.3.4. Datos del desplazamiento y emisiones

Viajes de los empleados

Según lo observado en el gráfico 11, el principal modo de transporte utilizado por los empleados de la Universidad es el vehículo propio (uso individual) con un total de 696 usuarios, seguido por las motocicletas de 4T con un total de 171 usuarios, y bus/colectivo con un total de 141 usuarios.

Por otra parte, los mayores tiempos de desplazamiento están representados por metroplús (61 min), bus/colectivo (58 min), transporte empresarial (49 min).

Gráfico 11. Distribución modos de transporte

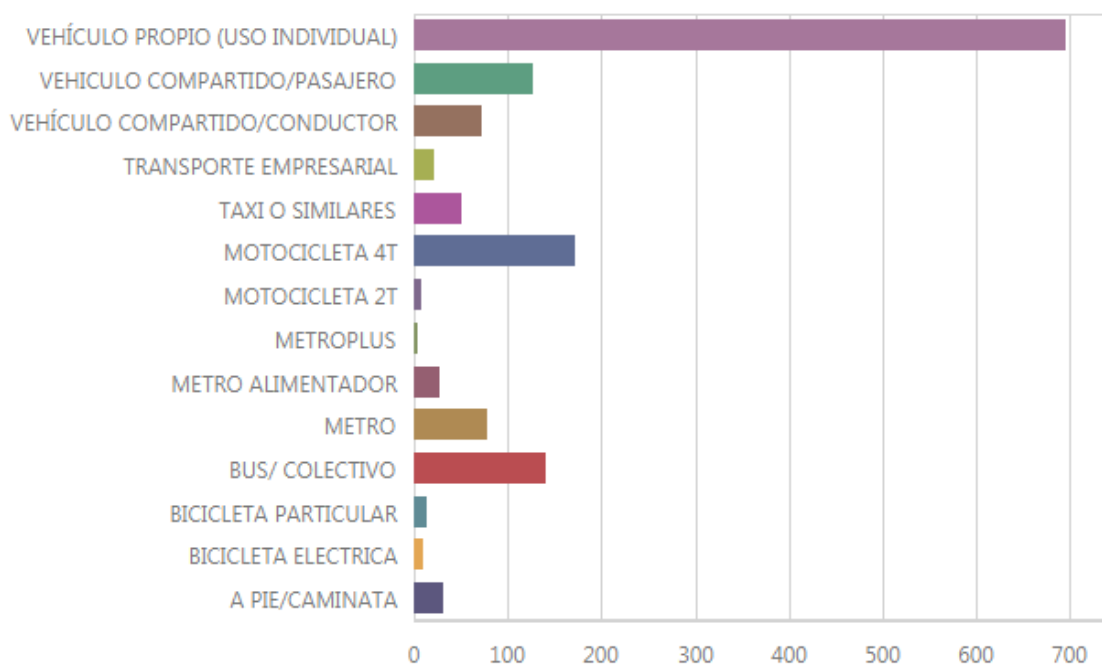
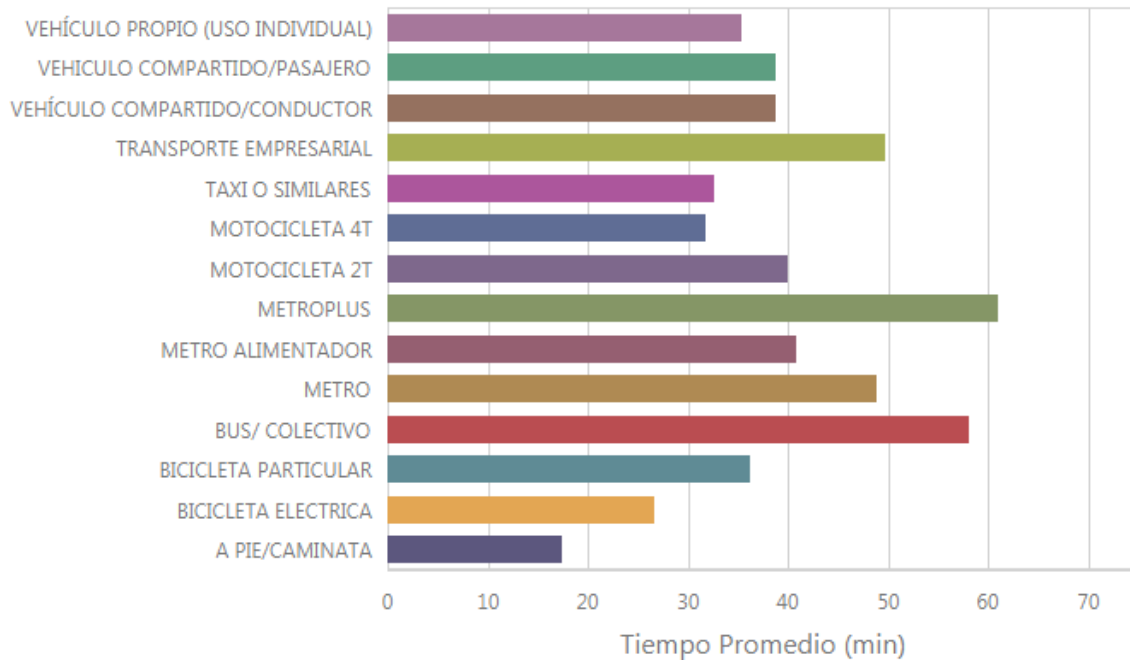


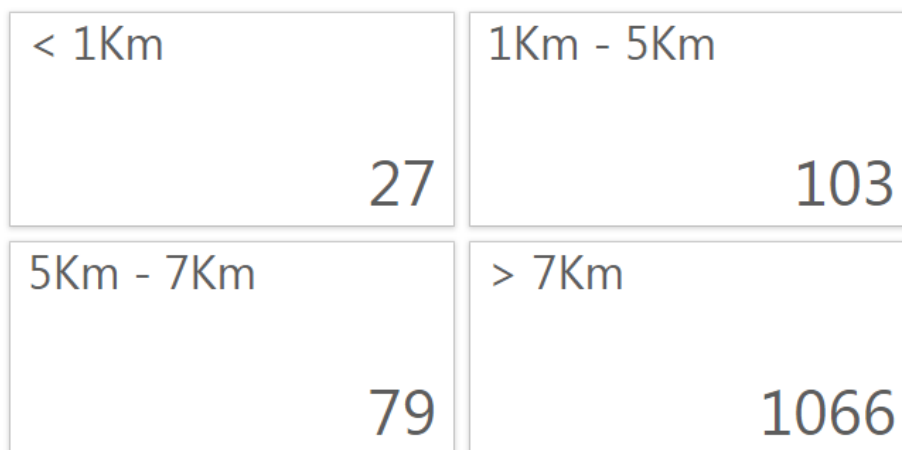
Gráfico 12. Tiempo de desplazamiento



Distancia recorrida

La gran mayoría de los empleados recorren una distancia mayor a los 7 Kilómetros, la cual se encuentra dentro del perímetro del Valle del Aburrá; un porcentaje muy menor de los empleados poseen su lugar de vivienda en las afueras de Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

Gráfico 13. Distancia recorrida



Viajes laborales realizados mensualmente

La cantidad de viajes laborales realizados, está representado en su gran mayoría por vehículo propio (uso individual) con un total de 951 viajes, seguido por taxi o similares con un total de 343 viajes, y motocicletas 4T y bus/colectivo con un total de 150 y 129 viajes respectivamente.

Gráfico 14. Distribución viajes laborales

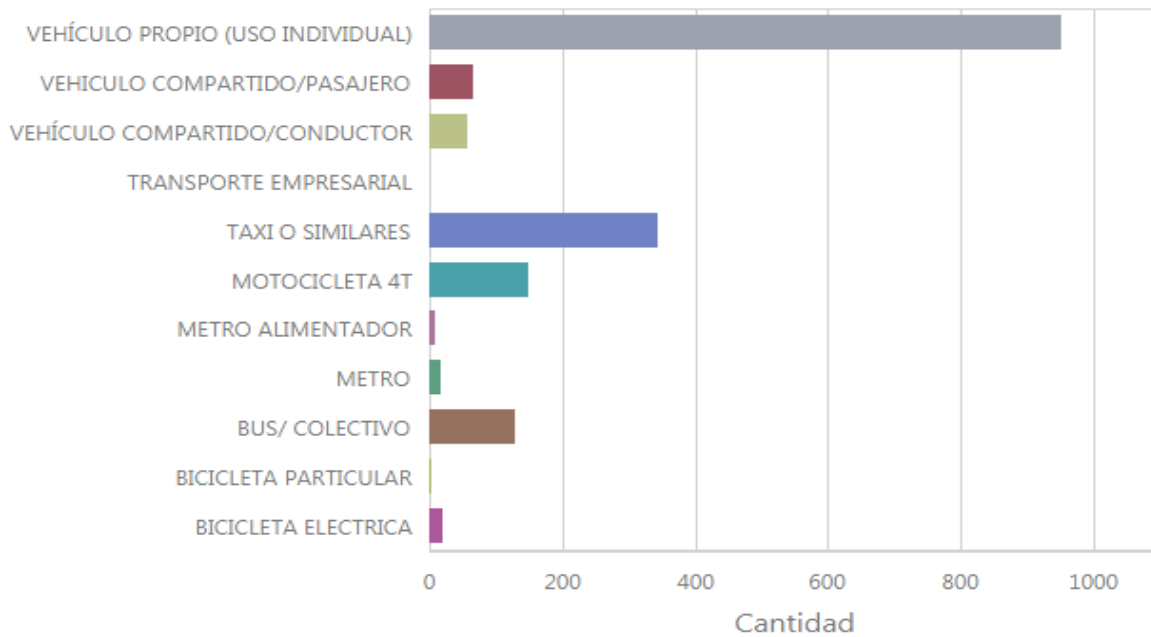
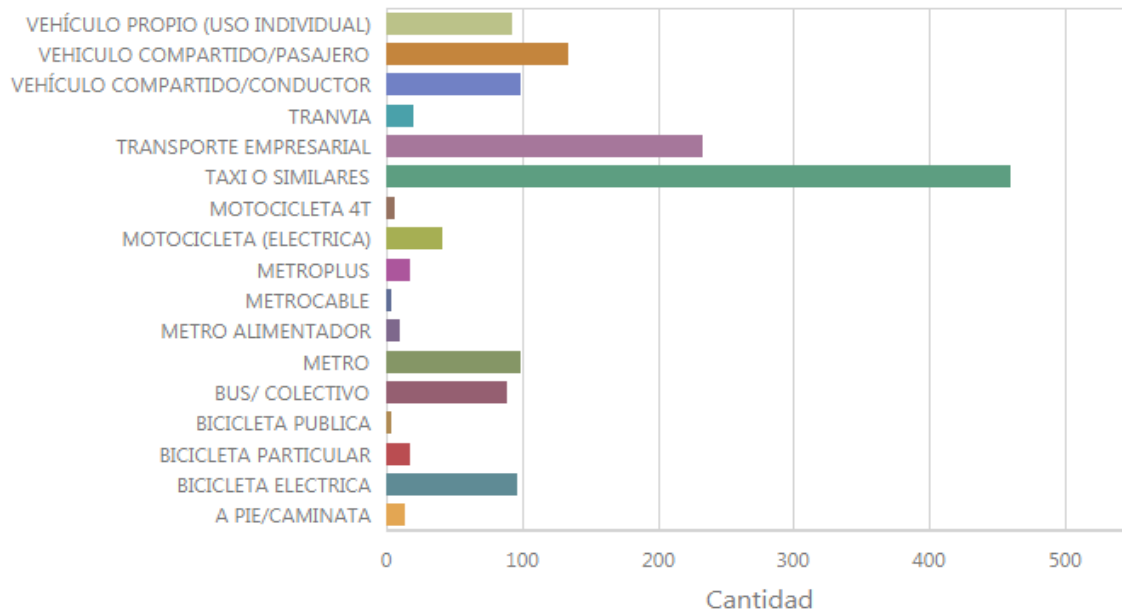


Gráfico 15. Disposición al cambio



Emisiones de CO₂ por modo de transporte

Según los datos de la encuesta de movilidad, el principal modo de transporte utilizado es el vehículo propio (uso individual); este modo es la principal fuente de emisiones de CO₂.

Gráfico 16. Emisiones de CO₂ por modo de transporte

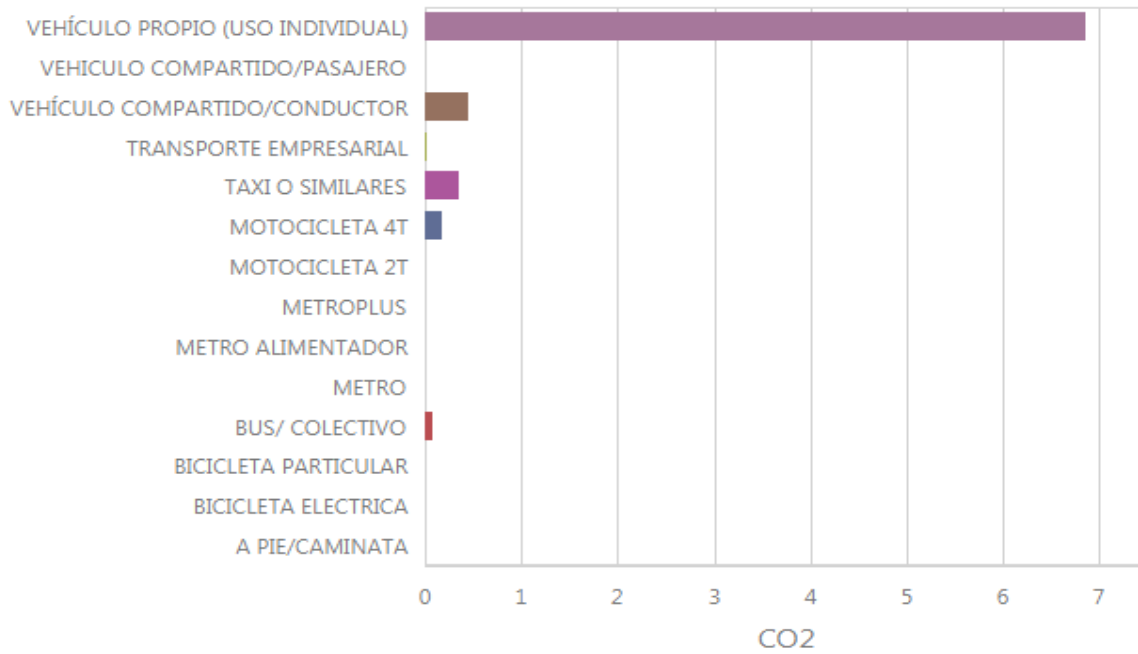
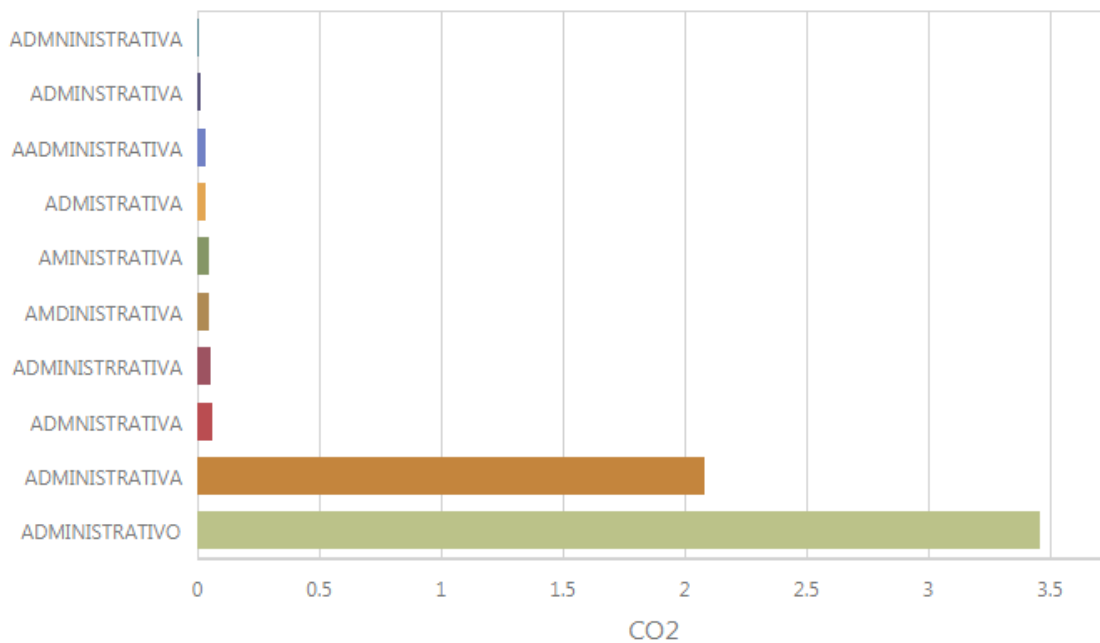


Gráfico 17. Emisiones por área administrativa



4. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD SOSTENIBLE

4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Se realizará anualmente la semana de la sostenibilidad, en la cual se tendrá un día como mínimo dedicado al tema de la movilidad sostenible, promocionando diferentes modalidades, con opciones para comprar bicicletas y generar conciencia sobre los hábitos y modos de transporte.

Durante esta semana se tendrá una feria donde se contarán con diferentes proveedores promocionando bicicletas. Con descuentos especiales y posibles planes de financiación, de forma que la comunidad universitaria tenga la oportunidad de comprar bicicleta y utilizarla como medio de transporte, de forma más asequible.

Adicional a esto, se realizará el lanzamiento del piloto de carro compartido y alquiler de bicicletas. Con la base de datos de estos usuarios, haremos envíos de información referente a las estrategias de nuestro Plan de Movilidad Empresarial Sostenible.

Se hará uso de los canales institucionales para la difusión y educación: correo electrónico, boletín EnlaCES, boletín vecinos, pantallas, ascensores.

Una vez formulado el Plan MES se informará a todos los grupos de interés a través de la página web de la Universidad CES, en el sitio de sostenibilidad. Allí mismo, está la opción de “Ideas que nos hacen crecer”, que permitirá la interacción con nuestros grupos de interés.

La difusión por los medios institucionales se centrará en dar a conocer estrategias y acciones haciendo referencia a su importancia e impacto. Esta información se irá incluyendo en los programas de inducción a nuevos empleados.

Se construirá cada semestre el plan de comunicaciones y medios, que permita comunicar a todos los grupos de interés, de forma eficiente y permanente las estrategias mencionadas y que se fomente el uso de los diferentes modos de transporte.

En la Tabla 1, se observan se describen los objetivos, estrategias y actividades del plan de formación y difusión del PMES.

Tabla 1. Plan de formación y difusión del PMES

Plan de formación y difusión del PMES														
Objetivo	Estrategia	Actividad	Cronograma											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Dar a conocer el plan de movilidad	Activación interna durante una semana, con actividades diarias	Día 1: Personaje itinerante por las										X		

sostenible entre la comunidad universitaria y los públicos de interés	para socializar lo que hay en la universidad y reforzar los que ya se ha dado a conocer.	instalaciones de la Universidad, haciendo actividades lúdicas que den a conocer la estrategia Súbete.																				
		Día 2: Juegos en una zona común de la universidad, donde se invite a participar a todos los que pasen. La idea es conocer qué saben del plan. Se entregan premios como termos, bolsas, pelotas, etc.										X										
		Día 3: Se invitará a toda la comunidad a dar un ciclo paseo por el barrio en las bicis eléctricas para que vean cómo funcionan en loma.											X									
	Lanzamiento de cada una de las acciones que componen el plan de movilidad	Súbete CES					X					X										
		Alquiler de bicicletas eléctricas							X			X										
Biciangel								X			X											
Electrolinera		X									X											
Promover la movilidad sostenible en la	Difusión de piezas gráficas que resalten los beneficios que tienen, para las	Pieza impresa y digital periódica en el ascensor designado		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		

universidad	personas y el medio ambiente, las alternativas de movilidad sostenible que ofrece la universidad.	para actividades del área de Sostenibilidad con un ¿Sabías qué? Y las Redes Sociales de la Universidad.																	
		Cuña en la emisora con emisiones periódicas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Valla publicitaria interna del área con mensajes de invitación y Tips			X		X		X		X		X		X		X		X
		Video informativo en el canal de YouTube que será republicado en las Redes Sociales de la Universidad.													X				
		Edición especial de Enlaces en Instagram													X				
		Noticias en medios y freepress																	

4.2. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD ACTIVA

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA LAS ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD ACTIVA: CAMINATA		
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS	AHORRO EN CO2
COLABORADORES CUYA RESIDENCIA SE UBICA A UNA DISTANCIA MENOR A 1 KM	27	

YA CAMINAN	31	
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA		
AUTO	895	
MOTO	178	
TAXI O SIMILARES	51	
BUS/COLECTIVO	141	
SITVA	109	

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA LA MOVILIDAD EN BICICLETA		
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS	
COLABORADORES CUYA RESIDENCIA SE UBICA A UNA DISTANCIA DE 1 A 5 KM	103	AHORRO EN CO2
YA CAMINAN	31	
YA SON USUARIOS DE BICICLETA (PÚBLICA Y PARTICULAR)	24	
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA	1073	
AUTO	895	
MOTO	178	
TAXI O SIMILARES	51	
BUS/COLECTIVO	141	
SITVA	109	

4.2.1. Estrategias de movilidad activa

Caminata

- Proporcionar espacios de comunicación para facilitar el contacto entre caminantes y poder fomentar la movilidad activa.
- Definir un plan de incentivos.

Bicicleta

- Incentivar el uso de la bicicleta como medio de transporte. Para realizar esta acción se deberá tener en cuenta la infraestructura con que se cuenta en la zona (ciclo rutas), que facilite el uso de este medio de transporte.
- Dotar de espacios para la permanencia de las bicicletas, con disponibilidad para la carga eléctrica.

4.3. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOVILIDAD EN SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA LA MOVILIDAD EN SITVA		
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS	AHORRO EN CO2
COLABORADORES CUYA RESIDENCIA SE UBICA A UNA DISTANCIA MAYOR A 1 KM	103	
YA CAMINAN	31	
YA SON USUARIOS DE BICICLETA	24	
YA SON USUARIOS DE SITVA O DE BUS	250	
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA	1124	
AUTO	895	
MOTO	178	
TAXI O SIMILARES	51	

4.3.1. Estrategias para promover el transporte público

- Habilitar el carné universitario como tarjeta cívica (con cobertura en el metro, metroplús y metrocable).
- Realizar una alianza con una empresa de transporte público para que maneje rutas para la comunidad universitaria con tarifas preferenciales.
- Divulgación de rutas de bus que sirven para trasladarse a la universidad mediante los canales de comunicación de la institución.

4.4. PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL CARRO PARTICULAR

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL VEHÍCULO PARTICULAR: RUTAS EMPRESARIALES		
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS	AHORRO EN CO2
COLABORADORES CUYA RESIDENCIA SE UBICA A UNA DISTANCIA MAYOR A 5 KM	79	
YA CAMINAN	31	
YA SON USUARIOS DE BICICLETA	24	
YA SON USUARIOS DE SITVA O DE BUS	250	
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA	1124	
AUTO	895	
MOTO	178	

TAXI O SIMILARES	51	
------------------	----	--

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL VEHÍCULO PARTICULAR: CARPOOLING		
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS	AHORRO EN CO2
COLABORADORES CUYA RESIDENCIA SE UBICA A UNA DISTANCIA MAYOR A 1 KM	103	
YA CAMINAN	31	
YA SON USUARIOS DE BICICLETA	24	
YA SON USUARIOS DE SITVA O DE BUS	250	
SON PASAJEROS DE VEHÍCULO PARTICULAR CARRO O MOTO	127	
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA	1124	
AUTO	895	
MOTO	178	
TAXI O SIMILARES	51	

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN PARA IDENTIFICAR LAS PERSONAS APTAS PARA RACIONALIZAR EL USO DEL VEHÍCULO PARTICULAR: REGULACIÓN DE ESTACIONAMIENTOS Y CONDUCCIÓN ECOEFICIENTE	
CARACTERÍSTICAS	PERSONAS
SON APTOS PARA APLICAR A LA ESTRATEGIA	1073
AUTO	895
MOTO	178

4.4.1. Estrategias para reducir el uso del vehículo particular

- Definir un aplicativo móvil para compartir y consultar rutas desde el hogar hacia el trabajo y viceversa.
- Disminuir las tarifas de parqueadero a quienes compartan su carro.
- Generar un sistema de puntos a los colaboradores, que puedan canjearse por descuentos, productos del restaurante institucional, etc.
- Implementar la medida de pico y placa en los parqueaderos.
- Beneficios para quienes ingresan acompañados.
- Establecer perfiles que pueden tener flexibilidad horaria.

- Eventos de promoción de movilidad sostenible.
- Ferias con descuentos de vehículos amigables con el medio ambiente. (bicicletas, carros eléctricos, etc.).

5. MONITOREO Y EVALUACIÓN

Para el monitoreo, se realizará un plan de seguimiento a las actividades establecidas en el plan de acción, de forma que se verifique el cumplimiento de las estrategias y acciones. Adicionalmente, se presentarán los indicadores de participación en diferentes estrategias de movilidad y del mismo plan.

Los resultados serán comunicados por medio del plan de difusión y comunicación a todos los grupos de interés, y por supuesto al Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

Se tendrá en cuenta la línea base de indicadores y la distribución modal del diagnóstico. Con esto se podrá estimar la disminución de las emisiones de CO₂.

En cuanto a la evaluación, cada evento o estrategia contará con mecanismos para que los usuarios puedan hacer su valoración. Se tendrán formatos de evaluación para los eventos, encuestas de satisfacción para los beneficiarios de estrategias puntuales implementadas por la Universidad CES. Todo esto de forma periódica, que permita la actualización del diagnóstico, la mejora de las acciones, nuevas estrategias y seguimiento. El objetivo es conocer la aceptación por parte de los grupos de interés de las diferentes estrategias y acciones, así como valorar el cumplimiento o en cualquier caso, la creación de nuevas estrategias o el cambio de alguna existente, la mejora de los planes de comunicación y difusión.

Las estrategias contarán con campañas de expectativa frente a las acciones a implementar y sensibilización sobre éstas, de forma que se comience a crear cultura y hacer en cierta forma, “formación de públicos”.