

TRANSMILENIO S.A. y la Alcaldía de Bogotá le cumplen a los pequeños propietarios.

Entre el 10 de junio y el 12 de julio del año en curso han sido recibidas en las oficinas de la entidad 170 solicitudes de personas, manifestando de manera voluntaria su intención de acogerse al procedimiento adoptado en el marco del Decreto Distrital 351 de 2017 modificado por el Decreto 068 de 2019 y de la Resolución 405 de 2017 modificada por la Resolución 082 de 2019, reglamentarios en el Artículo 78 del Acuerdo Distrital 645 de 2016 en el cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social y Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2016-2020 "BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS".

En este sentido, se solicita que cualquier persona que considere tener igual o mejor derecho que los solicitantes, explique por escrito las razones que le asisten en oponerse a la solicitud de reconocimiento, disponiendo de un término de diez (10) días hábiles para que manifiesten y alleguen los respectivos documentos de las objeciones fundamentadas.

Las comunicaciones deberán radicarse mediante oficio en las oficinas administrativas de TRANSMILENIO S.A. ubicadas en la AV. Eldorado # 69 – 76 torre 1, piso 5 Edificio Elemento – ventanilla de correspondencia.

TRANSMILENIO S.A. se permite comunicar que la presente publicación no significa la aprobación de las postulaciones presentadas dentro del Decreto 351 de 2017 modificado por el Decreto 068 de 2019 y la Resolución 405 de 2017 modificada por la Resolución 082 de 2019, en el marco del Artículo 78 del Acuerdo Distrital 645 de 2016. La aprobación de las mismas está sujeta a la revisión documental de las solicitudes y al cumplimiento de los requisitos exigidos en la normatividad señalada.

El listado de los solicitantes es el siguiente:

- COOBUS S.A.S en liquidación.
- EGOBUS S.A.S en liquidación.

No.	Placa	Nombre	Identificación
1.	SHE985	Jorge Humberto Quintero Vega	79.518.132
2.	SHE990	Yelipa Pérez Castro	52.218.402
3.	SHF194	Martha Cecilia Rodríguez Marín	51.902.022
4.	SHF485	Jesús Antonio Lizarazo Ortiz	79.250.158
5.	SHF490	Daniel Arturo Aldana Cárdenas	79.658.250
6.	SHF570	Marcos Aristides Guerra Luis Antonio Jiménez	19.133.902 19.275.510
7.	SHF771	Esther Julia Hernández López	51.191.404
8.	SHF984	Rafael Aguilera González	79.040.261
9.	SHG013	Wilson Javier Chávez	80.723.635
10.	SHG064	Bernardo Baquero Herrera	1.074.128.600
11.	SHG065	Gilberto Huérfano Chaparro	19.443.988
12.	SHH283	Sandra Teresa Ramírez Ortiz	51.987.465

La anterior publicación se realiza en cumplimiento del numeral 5 del Artículo 13 del Decreto Distrital 351 de 2017 y del Artículo 7 de la Resolución 405 de 2017 de TRANSMILENIO S.A.



Alcaldía de Bogotá



**CARMEN INÉS
VÁSQUEZ CAMACHO**
MINISTRA DE CULTURA

*Las opiniones expresadas por el columnista no representan necesariamente las de PUBLIMETRO Colombia S.A.S.

ECONOMÍA NARANJA, LO QUE EL SECTOR CULTURAL ESTABA ESIERANDO

La economía naranja es una estrategia integral, construida por todos y para todos, que pone a la cultura, la creatividad, la vida cultural, el patrimonio material e inmaterial y la diversidad de la expresión simbólica del país, en el centro de la agenda social y económica; algo inédito en Colombia y Latinoamérica.

No lo decimos nosotros, lo dicen los 22.000 artistas y gestores culturales con los que hemos dialogado en los territorios, y las más de 182 entidades que nos apoyan en la consolidación de los 18 nodos de emprendimiento que ya funcionan en igual número de regiones. Lo confirman, además, las delegaciones culturales, diplomáticas y empresariales de Latinoamérica y Europa que nos han visitado en estos 11 meses.

El mundo nos está viendo como referentes en articulación de políticas culturales y en desarrollo de industrias creativas y el sector está encontrando en esta apuesta integral la respuesta a sus anhelos históricos en torno a los derechos culturales, a la libre expresión del pensamiento, las ideas y la creatividad; a la integración de los territorios al sistema nacional de cultura, a la participación ciudadana en la toma de decisiones.

La economía naranja es un reconocimiento de todo lo que el país ha alcanzado en materia cultural: en las artes, en la capacidad de resiliencia de las comunidades desde la gestión y la produc-

ción cultural, en las industrias creativas de sectores como el musical, el editorial o audiovisual, entre otros.

No es una plataforma para los ricos de la cultura, ni para las empresas rentables o solo para la industria. Es la manera de asegurar que el sector tenga un presupuesto que se robustezca cada año para tener más y mejores herramientas para la creación, circulación y acceso a la cultura. Eso supone más estímulos, mejores condiciones de crédito e incentivos tributarios, entre otros instrumentos, que mejoren las cadenas de valor de la producción y de la vida cultural.

La economía naranja es una estrategia juiciosa, paulatina, con herramientas, con integración de los diversos actores de la cultura. No es una fórmula para que cada artista o pintor o bailarín se convierta en empresa. Nadie piensa ni ha pensado que todo el mundo para escribir, o cantar, o actuar tenga que formalizarse en una empresa.

Lo que nos interesa fundamentalmente es el impacto social que genera la cultura, y por eso le apostamos a que ese impacto social se traduzca en cohesión social, en una mejor imagen internacional del país y, como consecuencia de ello, en indicadores positivos en las cuentas de la economía nacional.

Hoy tenemos un sector cultural atendido no solo por un ministerio, sino por 21 agencias nacionales con las que logramos articular en

tiempo récord 70 programas (planes, estrategias y presupuestos). En otras palabras, logramos lo que artistas y gestores habían querido desde siempre: que la cultura saliera de los escritorios de los ministros de cultura y de los funcionarios territoriales en esta materia para pasar a ser el centro de la agenda social estratégica del Gobierno Nacional.

En lo que va del Gobierno, logramos destinar a la cultura y la creatividad más de 800.000 millones en planes de acción, estímulos y fondos desde 10 sectores del Gobierno. Sin embargo, iremos más allá. Teniendo como referente los buenos resultados que para el sector audiovisual ha dado Proimagenes, lanzaremos en agosto de este año la Corporación Colombia Crea, un lugar donde los creadores, artistas, gestores y emprendedores encontrarán reunida la oferta para impulsar, entre otras cosas, los procesos de creación, producción, circulación, divulgación, comunicación pública, reproducción, distribución, gestión e investigación en campos artísticos, culturales, de emprendimiento y economía creativa.

Así, lograremos tener una institucionalidad implementando política pública en los territorios (ministerio, secretarías, institutos, unidades administrativas, gobernaciones, alcaldías, consejos de cultura), y una dedicada a la articulación de la oferta y a la atención personalizada del sector.

El mural del Bronx Distrito Creativo



Elliot Tupac, el reconocido artista peruano que ha transformado el arte urbano a través de murales llenos de color y mensajes inspiradores, realizó una intervención artística en una edificación del Bronx Distrito Creativo. El trabajo se hizo en conjunto con el artista urbano Tito Ródez, de Bogotá. Quienes deseen conocer el mural *Renacer para crecer*, deben dirigirse a la calle Décima con carrera 15, en el antiguo Bronx. | CORTESÍA LAURETTE ARDILA