



UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO.
ESCUELA DE GOBIERNO Y GESTION
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

**PERCEPCIONES ACTUALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA METRO DE SANTIAGO.**

Alumnos: Handy Salgado, Daniela Andrea
Ríos Rodríguez, Pablo Elías
Rodríguez Veas, Karina Daniela

Profesor: Vidal Rojas, Milton

Tesis Para Optar Al Grado De Licenciado En Gobierno Y Gestión Pública

Tesis Para Optar Al Título De Administrador Público

Santiago, Junio de 2009

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2.1. Objetivo de la Investigación	10
2.1.1. Objetivo General.....	10
2.1.2. Objetivos Específicos	10
2.2. Pregunta de Investigación.....	11
2.3. Justificación de Investigación.....	11
3. MARCO TEÓRICO.....	14
3.1 Concepto de RSE.....	14
3.1.1 Orígenes y desarrollo de la RSE.....	15
3.2 RSE en América Latina	21
3.2.1 Argentina, Un país que despierta a la RSE.....	24
3.2.2 Brasil y el compromiso con el desarrollo sustentable.	26
3.2.3 Colombia, de la filantropía a la Estrategia.....	28
3.2.4 Resumen comparativo del avance en RSE de Chile, Argentina, Brasil y Colombia.....	29
3.3 RSE en Chile.....	33
3.3.1 Acciones de RSE del Banco Estado	40
3.3.2 Programas de Responsabilidad Social en la Fundación Coca Cola Chile	44
3.4 Rol del Estado y la RSE.....	46
3.5 Teoría de Percepción	51
3.6 Metro y RSE	55
3.7 Comparación de Servicios de Transporte y RSE en América Latina. Caso: Transmilenio, Colombia.	64
3.8 Actualidad y Proyecciones en materia de RSE.....	70
3.8.1 Pacto global.	70
3.8.2 ISO 26000, hacia una norma internacional.....	74

3.9	Beneficios de la RSE	76
4.	DISEÑO METODOLÓGICO	81
4.1	Dificultades en la aplicación del Instrumento	81
4.2	Tipo de investigación.....	83
4.3	Diseño de investigación.....	83
4.4	Selección del Universo	84
4.5	Selección de la unidad de análisis	84
4.6	Recolección de datos	85
4.7	Definición de Variables	85
4.7.1	Hipótesis	86
4.8	Análisis de datos.....	87
4.8.1	Caracterización de la Muestra	89
4.8.2	Análisis de Resultados.....	95
5.	CONCLUSION.	108
6.	BIBLIOGRAFIA	112
7.	ANEXOS.....	116
7.1	Metro de Santiago.....	116
7.1.1	Tarifas y métodos de pago.....	119
7.2	Normas internacionales ISO	121
7.2.1	Certificación ISO 9000	123
7.2.2	Norma internacional ISO 14000 de los sistemas de gestión ambiental.....	124
7.2.3	Certificación de Sistemas de Gestión Ambiental	125
7.3	Cuestionario.....	134

1. INTRODUCCIÓN

El presente Estudio se enmarca en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (para este estudio se utilizará la sigla RSE), la que hoy se presenta como una alternativa de desarrollo social acorde a los tiempos y al bienestar de las personas.

Utilizar la Responsabilidad Social como política empresarial, se está incorporando como practica principalmente en las Grandes Empresas en Latinoamérica¹. Por lo tanto, es muy relevante poder ver la realidad nacional en esta materia, y poder constatar si en Chile la RSE ha podido desarrollarse y ocupar un espacio relevante en el funcionamiento de las empresas. En este sentido podemos señalar que las empresas en Chile están teniendo un avance más acelerado que sus similares en la región², marcando un importante avance en el último tiempo. También debemos mencionar que a pesar de este acelerado proceso, en general las empresas en el país se encuentran en una etapa de conocimiento de las formas y alcances de la aplicación de la RSE como una política empresarial, alejada de la filantropía o de otras maneras de acción social solamente.

¹ Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable"

² Acción empresarial, (2003), "El ABC de la RSE en Chile y el Mundo".

Por lo tanto, y en el sentido de nuestra preparación académica, se estudiará y pondrá fundamental atención al énfasis que desde el Estado se esté dando a la aplicación de la RSE, y de esta forma conocer el importante papel que el Estado debe llegar a jugar para que la RSE pase de ser una política marginal a una realidad institucional de las empresas e instituciones en el país.

Bajo estos parámetros esta investigación desarrolla principalmente tres puntos en su exposición:

El primero dice relación con la conformación del concepto propiamente tal en la historia, observando cómo se ha desarrollado en el mundo desde sus inicios y particularmente en Chile.

El segundo punto desarrolla casos que se han estudiado en Latinoamérica sobre la RSE, y también el desarrollo sistemático de la materia para llegar a conformar importantes acuerdos a nivel mundial entre los Estados, las Empresas y la Sociedad Civil como lo es el Pacto Global de la ONU y la estandarización de la práctica de RSE mediante la Norma ISO.

En el tercer punto se presenta un estudio de caso práctico en nuestro país, el cual se aplica a los usuarios de Metro de Santiago, donde se busca conocer la percepción de ellos con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, generando distintas conclusiones a partir de un estudio aplicado a usuarios de Metro de Santiago. Además

es importante señalar que elegir Metro de Santiago para la aplicación del caso, dice relación con que esta empresa pertenece al Estado, y además presta un servicio Público fundamental en la Región Metropolitana.

De esta forma se busca conocer la realidad actual de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile, considerando los argumentos teóricos que se explican en este estudio, los cuales han sido desarrollados en Chile y Latinoamérica por distintas fundaciones, centros de estudios, etc., que se dedican a generar las bases de la RSE en la región y que son presentados en esta investigación. Como experiencia práctica se aplica un instrumento que mide la percepción de los usuarios de Metro de Santiago sobre la RSE.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Frente a la necesidad de una alternativa de desarrollo distinta a la del mercado, surgen variadas iniciativas, desde o fuera del Estado, que pretenden dar cuenta de esta realidad.

El actual sistema económico, que pone énfasis solo en la rentabilidad de las operaciones, sumado a la falta de regulación del mercado no son capaces de generar las condiciones básicas para que la sociedad en su conjunto pueda ser beneficiada de las operaciones económicas, muy por el contrario, solamente permite alcanzar beneficios particulares.

Actualmente, el Estado Chileno en base a las atribuciones legales heredadas del Gobierno Militar, las cuales no han sido reformadas íntegramente durante los periodos posteriores en Democracia, no es capaz de generar con su estructura las regulaciones necesarias que posibiliten un equilibrio en la distribución de los ingresos y el resguardo de los derechos de las personas y el medio ambiente, en las diferentes dimensiones que alcanza la problemática tanto social como ambiental, y

tampoco ha logrado convertirse en un actor relevante que genere por sí mismo, o a través de incentivos de otros sectores, la posibilidad de desarrollo social y ambiental.

A lo largo de la historia, algunas empresas practicaban la Filantropía, lo que significa que alejándose de sus objetivos orientados a generar riquezas desarrollaban actividades para asistir a los sectores sociales más desposeídos. Sin embargo, estos aportes provenían de personas particulares (ya sea dueños o accionistas de las empresas) que respondiendo a sus concepciones éticas generaban estas actividades, por lo tanto, no se trataba de un nuevo concepto que ligara el desarrollo de la sociedad con el ejercicio empresarial como hoy se empieza a entender.

Los Estados, en tanto, en la búsqueda de alternativas de desarrollo de sus naciones, han implementado políticas tales como la industrialización de sus economías con base estatal, es decir el desarrollo de empresas productivas, cuyo control y gestión están a cargo del Estado. Este modelo de negocios en América Latina tuvo un gran desarrollo a partir de la década de los cuarenta, pero ha perdido relevancia con el surgimiento de nuevas concepciones políticas y económicas que se establecieron en el Mundo de la Guerra Fría, y la Ideologización de modelos económicos instaurados en muchos casos a la fuerza, lo que posibilita en gran manera el surgimiento de las transnacionales y el resurgimiento del libre mercado como modelo imperante en gran parte del Mundo.

La actual crisis vuelve a instalar en la discusión el real papel y aporte del Estado en el desarrollo económico en cada país, integrando al sector privado como un aliado para asumir en conjunto a la sociedad civil, los desafíos del país en temas de desarrollo sustentable. Aquí nos encontramos con posiciones liberales de desregulación y favorables al absoluto libre mercado, que afirman que el Estado solo debe favorecer las condiciones para que la empresa realice su labor productiva y económica lo más libre posible, hasta posiciones que defienden el papel del Estado como un actor principal en las economías nacionales. Este último rol, es el que consideramos debe asumir el Estado para poder generar incentivos al mundo privado y asumir un papel protagónico desde sus instituciones, potenciando la RSE como una estrategia que aporte al desarrollo integrado de toda la sociedad, logrando un mayor bienestar y preservación de los recursos naturales.

En este sentido, el papel principal del Estado se entiende como la obligación de generar desarrollo sustentable, permitiendo que las empresas e instituciones tengan el modelo a aplicar en sus operaciones, permitiendo un esfuerzo multisectorial que logre hacerse cargo de las problemáticas sociales, éticas y medioambientales del presente y futuro.

2.1. Objetivo de la Investigación

El objetivo de esta investigación es indagar sobre el desarrollo de la RSE en Chile y otros países de América Latina, mediante casos que se observan como ejemplo, y junto a ello determinar si Metro de Santiago es percibido por sus usuarios como una empresa socialmente responsable.

2.1.1. Objetivo General

- ✓ Determinar mediante la percepción de sus usuarios, si Metro de Santiago es una empresa Socialmente Responsable.

2.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Investigar el desarrollo de la RSE en Chile y otros países de América Latina mediante casos puntuales de aplicación.

- ✓ Conocer la percepción de los usuarios con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial de Metro de Santiago.

- ✓ Revisar y puntualizar casos de otras empresas que en Chile, apliquen políticas de RSE.

2.2. Pregunta de Investigación

¿Metro de Santiago responde a la descripción de una empresa Socialmente Responsable?, Según la percepción de los usuarios y el concepto de RSE definido en este estudio.

2.3. Justificación de Investigación

Como futuros Administradores Públicos, hemos elegido la RSE por considerar que es un tema actual y que a futuro se proyecta en forma relevante en el quehacer y el interés social, tanto nacional e internacional. La elección de Metro de Santiago como la entidad a investigar, se basa en la calidad de empresa pública que ésta tiene y que a la vez es una institución estratégica en el quehacer del desarrollo del transporte público como eje central de las políticas públicas en la Región Metropolitana.

Esta empresa se perfila como el principal medio de transporte de la capital, siendo de gran importancia para la vida cotidiana de muchos santiaguinos que lo utilizan a diario para el desplazamiento entre diferentes puntos de la ciudad, por ello, podemos identificar que esta empresa tiene efectos directos sobre la calidad de vida de las personas. Principalmente, considerando que desde la extensión de la línea 4 y la implementación del Plan Transantiago, en el año 2007, ha sufrido un significativo aumento en la demanda de sus servicios, lo que conlleva a mayores exigencias para poder alcanzar sus objetivos y desafíos.

De la misma forma, a nivel global, el mundo empresarial se ve sometido a nuevas exigencias tales como la sustentabilidad ambiental, el bienestar de los trabajadores y en general el compromiso con la sociedad, que producto de la globalización se ha instalado como el modelo ético para administrar la empresa en la actualidad.

Esto obliga a las organizaciones a replantear sus estrategias de producción y consecuentemente su modo de manejar el personal. Por lo tanto, ya no sólo deben generar empleo y riquezas, sino también aportar al desarrollo de las comunidades en las que éstas se insertan. Es así como poco a poco ha evolucionado el concepto de RSE a nivel mundial.

Considerando el rol que cumple Metro de Santiago, es importante conocer si la empresa incorpora la RSE como un eje prioritario, tanto en sus Políticas internas como en la prestación de sus servicios. Esto es relevante porque la RSE plantea que al

largo plazo las empresas pueden incrementar su rendimiento y valor, compensando de mejor forma a sus accionistas e incrementa la lealtad y preferencia de los usuarios³.

Es por lo tanto muy relevante poder establecer la percepción de los usuarios de Metro de Santiago en el tema de la RSE, puesto que la Responsabilidad hoy es un tema vital en la forma de operar de las empresas en el mundo entero, por lo tanto una empresa tan importante como Metro de Santiago debe estar a la vanguardia en la implementación de este tipo de normas que permiten medir la capacidad de la empresa en su nivel de servicio y aporte a la sociedad en la cual desarrolla sus actividades.

Entonces el poder medir la percepción de los usuarios de Metro de Santiago nos permitirá entender cuan importante perciben los usuarios de este servicio público de transporte la implementación de normas y prácticas que van en beneficio del desarrollo común.

³ De La Cuesta, M y Valor, C. (2003): “Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, Medición y Desarrollo en España”. Boletín Económico del ICE, N°2. 775.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Concepto de RSE.

Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial, esta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Para efectos de esta investigación definimos Responsabilidad Social Empresarial como:

- ✓ **La operación empresarial compatible con el desarrollo integral de las personas, comunidades y el uso sustentable del medio ambiente, que complementa la visión de negocios con los valores éticos de la sociedad⁴.**

⁴ Elaboración propia.

3.1.1 Orígenes y desarrollo de la RSE

Las primeras manifestaciones de Responsabilidad Social Empresarial se remontan a los años 50 y 60⁵. Anterior a esto se observaba la filantropía del empresario hacia su entorno social, por lo tanto se constituyen como obras de caridad personales. A partir de la década de los 50, se crearon mecanismos tributarios que incentivaban aportes caritativos a las personas, y que significaban un gran beneficio para la empresa. A partir de los años 60, destacados empresarios como Thomas Watson de IBM, David Rockefeller del Chase Manhattan y otros, plantearon por primera vez la idea de una Responsabilidad Social de las empresas.

Ya en la década de los 70, este fenómeno adquirió mayor connotación como respuesta a una serie de demandas provenientes de distintos sectores de la economía mundial. Ante esto, algunos especialistas en el tema, suelen fijar el surgimiento del interés en los temas relacionados con la RSE, en los comienzos de los años 70, cuando en Estados Unidos el líder religioso, reverendo León Sullivan, desarrolló los famosos principios que llevan su nombre, que se consideran como un código de conducta para las compañías respetando los derechos humanos y la igualdad de

⁵ Cox, (1999) “La Responsabilidad Social Corporativa como aporte a la ética y probidad públicas”

oportunidades⁶, como un marco de referencia para los accionistas e inversionistas al momento de decidir donde invertir.

De esta manera, entregó facultades a los inversionistas para expresar su desaprobación a la inversión multinacional en Sudáfrica donde reinaba el apartheid (Fenómeno de segregación racial dado en África por los colonias holandesas).

Estos principios se empezaron a adoptar como un estándar a nivel mundial, especialmente en Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, e impulsaron a otras organizaciones y movimientos que vieron en ellos una manera en que los consumidores podían privilegiar un producto por sobre otro. Se realizó en ese entonces el famoso llamado a “votar con dólares”, y así preferir productos y servicios de empresas que mostraban un comportamiento socialmente responsable por sobre otras que no lo hacían, esto por supuesto da resultado al haber fuertes organizaciones de consumidores que llevan esta campaña adelante.

Es así como surge la preocupación de los grupos de consumidores por conocer cuales son las prácticas de las empresas al momento de aportar a la sociedad y de ser responsable con ella y el medio ambiente. Por ser este un movimiento social de gran envergadura no se puede aseverar con exactitud cual es la fecha en la cual la RSE pasa de ser un tema marginal, a un tema central en los países ya señalados.

⁶ Extraído de www.prohumana.cl

Simultáneo a estas presiones, las empresas empezaron a diseñar, elaborar y hacer públicos sus códigos de conducta para guiar su labor con los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Si bien esto pudiera parecer una reacción instantánea a las presiones antes mencionadas, lo cierto es que muchas empresas a nivel mundial y regional ya llevaban más de 90 años haciendo aportes a la sociedad, conscientes de su rol en la economía nacional.

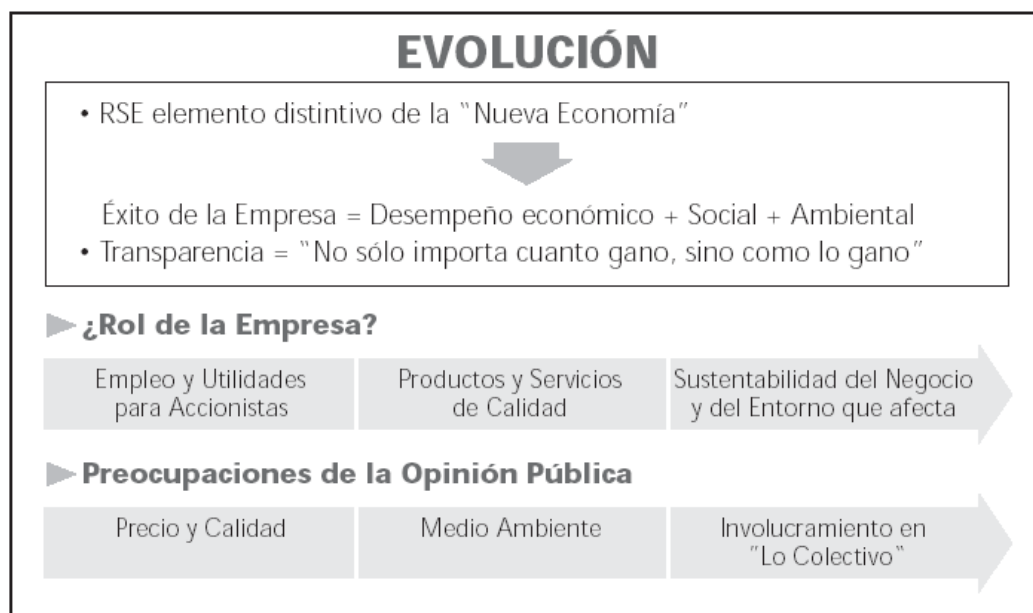
Por esto, cuesta definir con exactitud el momento y origen de esta nueva tendencia que ha llevado al sector privado a tomar mayor conciencia y participación en favor de un desarrollo económico sustentable y exitoso. En algunos casos se señala la caída del muro de Berlín y todas las repercusiones que produjo en el mundo como un gran avance para que la RSE se desarrolle con mayor rapidez.

La globalización, en tanto se ha transformado en uno de los principales factores para que la RSE se extienda de una forma sin precedentes, puesto que abre la posibilidad de conocer, comparar y transparentar las formas, objetivos, prácticas y procesos que utilizan las compañías alrededor del mundo, y así ejercer presión para que sea una conducta imitada por aquellos que aun no se incorporan a la ejecución de sus tareas en forma sustentable y responsable, tomando para ellos como ejemplo grandes o pequeñas compañías que no solo generan utilidad y riquezas, si no que lo hacen de forma responsable.

Por este fenómeno nace lo que se denomina “Economía Desnuda”, pues permite observar a través de las tecnologías y el proceso de globalización un fuerte control de los Estados y especialmente los consumidores sobre las empresas y sus procesos productivos, comerciales, etc. Ya no solo importa “Cuanto Gano”, si no también “Como lo Gano”⁷.

Así las cosas, se produce conceptualmente un vínculo indisoluble entre la RSE y lo que se conoce como sustentabilidad, la capacidad de generar valor y perdurar en el tiempo a partir del uso responsable de los recursos sociales.

Tabla Nº 1



Fuente: Accion Empresarial, (2003), “El ABC de la RSE en Chile y el Mundo”.

⁷ Extraído de www.accionrse.cl

En esta esfera, han surgido también conceptos como las inversiones socialmente Responsables y los fondos éticos, que pone atención en el destino de los dineros y en la concordancia de los objetivos de la empresa con las instituciones beneficiadas.

Así lo social toma un espacio que antes solo ocupaba la economía, y comienza a ser un factor importante en las operaciones financieras mundiales. La organización de los ciudadanos comunes ve reflejada en estas acciones un triunfo de la organización social, que permite dar cumplimiento a objetivos comunes en pro de la equidad y el desarrollo social.

Las primeras menciones respecto de la RSE surgen con la publicación del libro de *Border Social Responsibilities of the Businessman* de 1953, aunque se han encontrado referencias al tema en 1923 (Bernays). Posteriormente hay un proceso de sistematización del concepto (Frederick, 1985 y Carroll, 1999).⁸

Cabe señalar que en el ámbito de preocupaciones sobre la conducta de las empresas en relación a su entorno, han existido enfoques opuestos a la RSE como el centrado en los shareholders (accionistas de la Empresa, quienes tienen su interés en las utilidades), en el que operan criterios netamente financieros y donde el centro de la preocupación está en los intereses de los accionistas de la compañía. Este enfoque

⁸ Toro, O.L. (1997) "Rentabilidad empresarial y responsabilidad social: de la teoría a la práctica". Centro Colombiano

parece ser el más enraizado en la cultura empresarial moderna, sobre todo Latinoamericana. No obstante debido al peso y capacidad demostrada por el movimiento de consumidores, es posible pensar que habrá en el futuro cambios en los enfoques empresariales.

El enfoque de RSE plantea sin poner en tela de juicio los intereses de los shareholders, que no es incompatible la creación de valor con un comportamiento socialmente responsable. Esta perspectiva reconoce que “el gobierno de la empresa es un proceso complejo de negociación que busca equilibrar todos los intereses de los grupos a los cuales el quehacer de la empresa afecta⁹”.

La Responsabilidad Social adquirió relevancia durante la última década del siglo XX, impulsada por varias tendencias económicas y sociales.

En los años ochenta la política económica mundial se apartó de la regulación y de la intervención estatal, promoviendo la liberación del comercio y la reducción del papel del Estado. Muchos centros de producción de bienes y servicios pasaron de los países del Norte hacia los países menos desarrollados, y se inició la globalización de la cadena de valor en la que los gobiernos (en especial los del Sur), pasaron de ser protectores y reguladores del sector empresarial, a ser promotores de la inversión extranjera.

⁹ Vergas Niello, Jose, (2006), “Responsabilidad Social Empresarial desde la Perspectiva de los Consumidores”. CEPAL.

La globalización trajo consigo la liberación del comercio, pero también la comunicación global, gracias a la cual el comportamiento de las empresas norteamericanas y europeas en los países en desarrollo dejó de permanecer escondido. La transferencia rápida de información alrededor del mundo aumentó la conciencia pública sobre los problemas sociales, ambientales y económicos que resultan de la ausencia de un marco legal fuerte para controlar el desempeño empresarial.

Las nuevas expectativas del público norteamericano y europeo (consumidores y accionistas), y las exigencias para que las corporaciones mejoraran su desempeño social y ambiental, dieron nuevo valor a la marca, la imagen y la reputación de la empresa, y contribuyeron significativamente al desarrollo de la RSE.

3.2 RSE en América Latina

Al observar América Latina, podemos darnos cuenta que si bien existen variados matices sobre las prácticas corporativas, la visión de los consumidores o la historia y el desarrollo de la RSE en los distintos países, aun se conserva la tendencia de relacionar la RSE con la filantropía, la caridad u otros mecanismos de ayuda o iniciativas particulares de empresarios que guiados principalmente por valores

religiosos, han intervenido a mérito personal sobre necesidades puntuales en grupos específicos.

No obstante existen países que han alcanzado avances superiores y significativos en la comparación con otros, asociados principalmente a presiones de mercados (tratados comerciales y exigencia de clientes), como así también una mayor conciencia de los beneficios que se dan como resultado de la estabilidad y la paz social. Es posible de esta forma observar compañías que ven en el bienestar social la posibilidad de hacer sus empresas más productivas y con mayores niveles de venta y utilidad, producto de que con mayor calidad de vida se cuenta con un mejor escenario para sus operaciones.

Un desafío fundamental en el presente y el futuro son la incorporación a la RSE de las PYMES, puesto que estas son las principales generadores de empleo en la región, por lo tanto pueden ser el actor decisivo en un cambio social determinante en la calidad de vida de los ciudadanos. Con respecto a esto existen iniciativas como la del BID, que a través de su fondo multilateral de inversiones impulsa una serie de proyectos que en la región pretende instalar RSE en la Pymes¹⁰.

Los primeros resultados han sido alentadores, lo que nos indica y permite ver que la RSE no solo es exclusiva de los países desarrollados y sus grandes compañías, si no

¹⁰ Red interamericana RSE, (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable"

que puede ser aplicado en pequeñas empresas de países en vías de desarrollo o subdesarrollados como es el caso de América Latina, y así convertirse en una alternativa real de desarrollo al sumar desde las bases productivas locales, alternativas responsables y sustentables de producción.

Una señal importante desde el mercado, se da en la creación de una nueva norma ISO, dando la posibilidad de estandarizar las normas tanto en grandes compañías como en pequeñas empresas, que es el caso para Latinoamérica.

Es así como la RSE se ha extendido en la región, a través de Institutos de Normalización que regulan procesos, pero aun más a través de organizaciones no gubernamentales interesadas en el estudio y fortalecimiento de la disciplina, permitiendo que se pueda generar un pensamiento y la creación de nuevos paradigmas sobre la RSE para América Latina, ya no solo repetir los postulados ya presentados desde que la RSE que empieza a gestarse Estados Unidos de Norteamérica y otros países desarrollados, si no aplicando esto y nuevas ideas a una realidad distante de estas superpotencias, como lo es América Latina, con sus particularidades, fortalezas y carencias.

Podemos identificar a variadas instituciones que en América Latina se han dedicado al estudio de la RSE, y que en Chile se representan principalmente por Vincular, AcciónRSE y Prohumana, todas instituciones de estudio y certificación de empresas que aplican RSE en nuestro país.

A continuación se presentan un resumen de tres casos, desarrollados por la Red Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial, que ejemplifican el estado de avance de la RSE en América Latina:

3.2.1 Argentina, Un país que despierta a la RSE

Para comprender el proceso de inicio en que la RSE pueda tomar un espacio significativo en la vida social de la Argentina, debemos entender la profunda crisis vivida por este país en el año 2001.

La crisis significó que los empresarios se replantearan el verdadero rol que deben jugar las empresas en el desarrollo de la sociedad, así como también el surgimiento de diversos grupos empresariales que hacen visible su compromiso con la incorporación de la RSE en diferentes regiones del país, tales como Córdoba, Rosario, Mendoza, Bariloche, Buenos Aires, Paraná, Tucumán y Ushuaia. Es en estas regiones donde aumentan las empresas que comienzan a aplicar una política responsable, y se fortalecen los centros de estudios sobre RSE, por lo tanto se vive un despertar no solo del compromiso empresarial de la RSE, si no también del estudio y desarrollo de la materia en forma local.

Desde otra perspectiva podemos observar a la ciudadanía, la cual ha hecho explícito su reclamo de hacer más transparente la gestión, incluyendo al empresariado y otras áreas de la vida social.

Como resultado de la post-crisis se ha podido notar un fuerte compromiso del empresariado en evidenciar la necesidad de empresas más comprometidas con el desarrollo social, es por eso que temas como la atención al cliente, la conciencia ambiental y el otorgamiento de beneficios al empleado son de gran interés al momento de administrar y gestionar una empresa, independientemente de su tamaño.

El otro actor primordial en la materia es el Estado, desde su posición privilegiada para forjar un marco legal que facilite la implementación de la RSE, que pueda brindar estabilidad económica y jurídica a este sistema.

Los desafíos entonces para lograr mayor avance para Argentina y recuperar el tiempo perdido, son en primer lugar forjar una alianza público-privada que permita en forma acelerada acuerdos de desarrollo de RSE, generar mayor información y creación de conocimiento entre las empresas y la sociedad civil para empoderar a las personas y hacerlas partes integrales del proceso de cambio. También encontramos la toma de conciencia por parte del Estado y las empresas, la necesidad de trabajar en pro de generar en forma unificada las políticas que permitan un avance más significativo en esta área, lo que sin duda es el camino más rápido para recuperar los espacios

dejados, y así alcanzar a países como Brasil y Chile, lo cuales han logrado un mayor avance en la materia¹¹.

3.2.2 Brasil y el compromiso con el desarrollo sustentable.

Brasil cuenta con una serie de iniciativas ejemplares de RSE, podemos ubicarla como el país más desarrollado en esta materia en la Región. La RSE es considerada como una estrategia rumbo al desarrollo sustentable, promoviendo eficiencia económica, equilibrio ambiental y equidad social simultáneamente.

Es a partir de los años noventa cuando el tema de RSE comienza a gestarse en Brasil, por la inquietud de un grupo de empresarios, ejecutivos, consultores y ONGs que buscaban debatir y buscar las implicancias de la RSE en el desarrollo sustentable para el país.

En primer lugar los empresarios pueden ser señalados como agentes de desarrollo para la RSE en Brasil, puesto que voluntariamente han adoptado criterios de RSE para evaluar a sus proveedores generando así una cadena de empresas que en pro de la rentabilidad y el crecimiento aplican RSE para ser adoptadas como proveedores de grandes empresas. También el sector financiero propiamente tal se ha involucrado en

¹¹ Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable".

RSE, potenciando los beneficios que esta entrega en la operación de las actividades comerciales.

La sociedad civil en tanto, aprovechando su fuerte organización, ha potenciado primero el número de organizaciones que se ocupan del tema, pudiendo así diseminar la RSE entre muchos sectores de la población. Destaca la creación de Foro Social Mundial, como un espacio abierto que estimula la organización y el movimiento en lo local e internacional, para construir sociedades más solidarias, justas y democráticas.

El Estado en tanto ha redoblado los esfuerzos para eliminar la pobreza y el hambre, por lo que puede ser considerado como un Estado conciente de la necesidad de generar un cambio en el sentido del desarrollo más efectivo para combatir estos problemas. Es por eso que una serie de proyectos de ley se tramitan para agilizar los procesos de regulación, aunque aun no lo suficientemente profundos, sin duda son un aporte desde el Estado para la implementación exitosa de un modelo respetuoso con las personas, el medio ambiente y el desarrollo sustentable¹².

¹² Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable".

3.2.3 Colombia, de la filantropía a la Estrategia

En Colombia la RSE ha sido aplicada desde una perspectiva filantrópica, para llevar a constituirse como una necesidad de generar cambios más radicales pasando a la estrategia como medio de desarrollo sustentable.

El empresariado Colombiano como respuesta a las variadas crisis tanto económicas como políticas del país, ha generado una fuerte tradición filantrópica, las cuales han sido guiadas a través de fundaciones y otro tipo de organizaciones para la ayuda social. Por lo tanto, y en general, el empresariado esta más ligado a acciones filantrópicas que a la aplicación de prácticas socialmente responsables, a pesar que se puede observar un cambio en el último tiempo, este ha sido más lento de lo esperable.

La sociedad civil en tanto, ha contribuido desde un importante rol a la difusión, desarrollo y consolidación de la RSE, lo que se manifiesta en distintos proyectos y creación de ONGs, que generan planes y programas de distintas áreas, orientadas a mejorar la calidad de vida. Por lo tanto, se puede observar un rol más bien activo por parte de la Sociedad Civil, la cual asume el desafío de la investigación y la formación de modelos para generar alternativas concretas para la implementación de la RSE.

Al referirnos al Estado debemos señalar que existe conciencia de que las empresas deben ser motores generadores y constructores de la paz, un tema recurrente en la convulsionada vida nacional. La RSE se ha posicionando en las últimas décadas, aun más al referirnos a los procesos de privatizaciones, para resguardar los bienes comunes. Existen muchos esfuerzos para impulsar y priorizar la RSE en las siguientes áreas: seguridad social, generar un departamento nacional de plantación para la productividad y competitividad, lograr que las superintendencias generen control y vigilancia, la lucha contra la corrupción, regulación del comercio y gobierno corporativo¹³.

3.2.4 Resumen comparativo del avance en RSE de Chile, Argentina, Brasil y Colombia.

Para esta comparación observamos la situación de desarrollo de la RSE en Chile, Argentina, Brasil y Colombia por ser los países de mayor desarrollo de la materia de la Región¹⁴. Esta comparación esta guiada por el estudio realizado por la Red Interamericana de RSE, que entrega un informe de varios países de la Región sobre Responsabilidad Social Empresarial, y que nos permite observar los enfoques,

¹³ Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable".

¹⁴ Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable".

avances y diferencias en cada país. Para esto se analizan cinco variables (Ciudadanía, Estado, Empresas, Sociedad Civil y los desafíos que cada país enfrenta) que permiten ver la situación actual y los desafíos futuros que en cada caso se presentan.

País/ Ítem	Argentina	Brasil	Chile	Colombia
Ciudadanía	Demanda por gestión ambiental responsable	Ciudadanía informada e interesada en que se respeten normas sociales y medioambientales	Aumenta el conocimiento e interés por el término y sus alcances, especialmente en el ámbito laboral	Aun permanecen en el estado de conformidad con el asistencialismo
Estado	Informalidad y corrupción afecta la implementación de RSE en sus instituciones, y en posibles intentos por incentivar al sector público a implementar RSE	Un Estado conciente de la necesidad de aplicar RSE sobre todo por el entorno de pobreza, aun falta mayor compromiso, está en vías de implementar a través de la legislación incentivos y apoyo al desarrollo de la RSE. La RSE se focaliza en forma especial en torno al Medioambiente	Aun no logra determinar cual es el grado de intervención que debe adoptar, se desarrolla la RSE mas bien como un enfoque de competitividad internacional del país y sus productos como plataforma comercial	Conciente de la necesidad de integrar a las empresas para superar la pobreza y la violencia como una forma de generar desarrollo. A la vez existe un marcado proceso de privatización
Empresas	Comienza a entender la importancia de la RSE, se abre a la necesidad de aplicarla frente a la escasez de políticas actuales	Se observa un empresariado conciente y cada vez más comprometido con acciones hacia la RSE, esto también guiado como una estrategia de insertarse en mercados internacionales exigentes	El empresariado tiene antigua tradición de filantropía, que ha permitido que la RSE se adopte más fácilmente como un paso más desarrollado de la misma, en general se adoptan entorno a estándares que generan identidad corporativa	Aun se relaciona más con la filantropía, a través de fundaciones de ayuda social, aunque existe un pequeño grupo que esta valorando el hecho de generar RSE de manera estratégica

<p>Sociedad Civil*</p>	<p>Se esta volviendo más exigente especialmente en líneas de atención a clientes y el resguardo del medio ambiente</p>	<p>Ha desarrollado una sólida base en el estudio Ambiental y Social con la creación de numerosas ONG que desarrollan el tema, y la creación del Foro Social Mundial como símbolo de este desarrollo</p>	<p>Principalmente se representa a través de ONG que estudian y generan cierto control sobre las empresas en RSE, teniendo siempre como base la competitividad de las actividades empresariales, como resultado de la aplicación de RSE</p>	<p>Ha adquirido un activo rol para implementar, difundir y desarrollar la RSE. Esto se observa en múltiples proyectos liderados por ONGs que estudian el tema</p>
<p>Desafíos</p>	<p>Información. Capacitación. Crear la capacidad de instalar el tema en la agenda País</p>	<p>Son acciones que ya creadas se desean fortalecer: Promover el Movimiento de RSE. Estimular las prácticas de RSE y Consolidar el concepto y las prácticas.</p>	<p>Integrar RSE como gestión estratégica, mayor integración del Estado en esta temática</p>	<p>Desarrollar los ámbitos de la RSE. Motivar y desarrollar la cultura de la RSE</p>

* Se entiende Sociedad Civil como la ciudadanía organizada, a través de instituciones tales como Corporaciones, Fundaciones, ONGs que intervienen en temas relevantes para la construcción de la Opinión Pública, lo cual debe diferenciarse de la Ciudadanía que corresponde a los derechos y deberes políticos, civiles, etc, que tiene toda persona por el solo hecho de ser natural de un país.

En este cuadro resumen comparativo podemos observar las diferencias que se observan en los cuatro países presentados, concluyendo en que Brasil es el país más avanzado en el tema de RSE, seguido de Chile, Argentina y Colombia, país que aun

esta en una etapa para generar los lineamientos que permitan distanciar a la RSE de la filantropía y sus acciones.

En el caso de Brasil el principal motor de la RSE es el Medioambiente, a diferencia de Chile, donde se privilegia el potenciar la RSE como una manera de fortalecer la imagen país y la imagen de la producción nacional para posesionarla en los mercados internacionales.

En general podemos observar en la Región nuevas iniciativas que persiguen potenciar la RSE como política estratégica para el desarrollo de los sectores más afectados especialmente por la pobreza, observando diferentes grados de implementación en cada uno de los países, pero que tiene como factor común un notable aumento por parte de las personas en buscar la RSE como una alternativa de desarrollo real a la ciudadanía.

Podemos indicar que los principales pasos a seguir tienen como desafío posicionar la RSE en forma más real y alejada de prácticas filantrópicas, con un mayor rol del Estado potenciando y siendo ejemplo en sus acciones de la relevancia que la RSE pudiese tener para convertirse en motor de desarrollo de la Región.

3.3 RSE en Chile

La participación de los privados en iniciativas de índole social en Chile se remonta a la colonia. Esta participación estaba orientada a la asistencia caritativa de los grupos más desposeídos, generalmente impulsadas desde organizaciones de la Iglesia Católica. A partir del siglo XIX, en el contexto de un Estado bastante débil en lo que a asistencia social se refiere, se encuentran actividades organizadas desde los privados, orientadas principalmente a la administración de asilos de ancianos, orfanatos, hospitales y colegios. Estas acciones respondían en cada caso particular a imperativos generalmente religiosos por parte de los dueños de las nacientes empresas.

Un ejemplo de estas iniciativas es la creación en el año 1856 de la Sociedad de Instrucción Primaria, institución sin fines de lucro fundada por un grupo de intelectuales de la época, quienes se proponen ampliar el acceso a la educación básica hacia la población. Esta iniciativa tiene su excepcionalidad en que se crea sesenta y cuatro años antes de que se dictara en Chile por parte del Estado la Ley de Instrucción Primaria Obligatoria.¹⁵

¹⁵ Instituto Libertad y Desarrollo – CIEDES. (2000). “El aporte privado al desarrollo social en Chile”.

Otras iniciativas privadas importantes fueron la creación de asociaciones sin fines de lucro que tenían por objetivo la administración de prestaciones de seguridad social que buscaban proteger al trabajador de contingencias sociales y económicas, además de prestar servicios de bienestar generalmente asociados a recreación. Estas asociaciones recibieron el nombre de Cajas de Compensación.

Dichas acciones se crearon por iniciativas de empresarios del sector privado emergente, circunscribiendo inicialmente su acción al otorgamiento de dinero, como complemento del salario del trabajador cuyo monto dependía de la composición de su grupo familiar. Estas organizaciones resultan pioneras ya que constituyen una de las primeras experiencias en la administración privada de prestaciones de seguridad.¹⁶

En el desarrollo del siglo XX se suceden diversas transformaciones políticas, sociales y culturales que van incidiendo en la forma como se desarrollaba la actividad de la empresa.

El primer aspecto relevante es la laicización de la filantropía la cual comienza a existir también fuera del amparo de la Iglesia Católica, en un contexto de surgimiento de nuevos actores sociales y donde el Estado tuvo un rol bastante fuerte e intervencionista.

¹⁶ CMPC (2000). “CMPC Tradición y Futuro, ochenta años de una gran empresa”. Documento Institucional.

El desarrollo de la discusión en torno al concepto de RSE en Chile, así como a su implementación como una acción y estrategia en la empresa es un fenómeno reciente. Sin embargo, el tema se ha ido instalando en los discursos y orientaciones principalmente de los grandes conglomerados empresariales.

En la actual situación de la RSE en Chile, es posible confirmar que aún no se cuenta con un marco conceptual definido que permita comprenderla y desarrollarla de manera sistemática, sin embargo se está avanzando considerablemente en eso.

La definición de RSE elaborada por Fundación PROhumana señala que “La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.¹⁷” Este concepto lleva implícita la idea de un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad; en la que su accionar se amplía desde el ámbito meramente económico a formar parte como un actor social del desarrollo económico y social del país.

Para Fundación PROhumana, esta responsabilidad de la empresa requiere un carácter voluntario, a la vez que contribuye a conseguir un desarrollo sostenible y un modo de gobierno corporativo más eficaz. De esta manera la RSE es comprendida como el

¹⁷ Extraído de www.prohumana.cl

compromiso libre y proactivo para resolver los problemas de la sociedad en su conjunto, tanto en el orden comunitario como ambiental y respecto de sus propios trabajadores.¹⁸

En la actualidad, se ha observado que la relación que ha establecido la empresa con su comunidad se suscribe a dos tipologías de acción las que aparecen en períodos de tiempo simultáneo y principalmente yuxtapuesto.

El primer tipo de relación tiene la característica de ser acciones incentivadas por valores religiosos de tipo caritativo, expresadas principalmente por donaciones de dinero destinado a causas de grupos marginales.

El segundo tipo de acciones presenta la característica de que éstas se insertan en los planes estratégicos de la empresa, pero desde una visión a corto plazo. Esta acción va dirigida a grupos vinculados a las redes de dueños o accionistas de las empresas quienes recurren a ellos como un posible financista de sus iniciativas sociales. Sin embargo, no responde a una política de donación sino a donaciones efectuadas a criterio del empresario en términos reactivos frente a las peticiones de sus círculos más cercanos.¹⁹

¹⁸ Fundación PROhumana, PNUD Chile. (2002) “Los Chilenos Opinan: Responsabilidad Social de las Empresas. Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa”.

¹⁹ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro A. (2001). Fundación Prohumana. “Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una matriz de Análisis”

Sin embargo en Chile el impacto de la globalización, los cambios en la organización y rol de la empresa tanto a nivel micro como marco, han provocado que la adopción de la RSE haya sido desigual para el mundo empresarial. Se encuentra un cambio en la manera de adoptar los problemas sociales en el mundo empresarial, aunque los estudios de opinión arrojan cierta desconfianza en torno al compromiso de los empresarios frente al desarrollo social. En este escenario, parecen converger dos procesos: primero la necesidad de las empresas de presentarse frente a la sociedad y la opinión pública desde un nuevo rol, no sólo en el ámbito del mercado sino que sensible y comprometida con los temas sociales; y por otro lado, las empresas se enfrentan a la necesidad de modernizar su acción social, es decir, la forma en que así establecen sus relaciones de cooperación con la comunidad y empleados, abandonando una mirada paternalista.²⁰

En algunos sectores y casos particulares, se advierte como dicha transformación se refleja en una modernización del discurso y la práctica de los representantes del mundo empresarial. Además de la incorporación de nuevas temáticas y de la inclusión de conceptos como “cooperación público-privada” en torno al desarrollo de algunos proyectos-país.²¹

²⁰ Fundación PROhumana, (2002). PNUD-Chile

²¹ Fundación PROhumana, (2002). PNUD-Chile.

En este nuevo escenario, la reflexión en torno a modelos de adopción de políticas y prácticas de RSE en Chile y otros países, resulta un aporte al desarrollo de la investigación en torno del tema, sus desafíos y las formas de avanzar a través de esta nueva temática en el desarrollo económico y humano de nuestras sociedades, proporciona un modelo de análisis interesante que permite avanzar en el estudios comparativos de la RSE en la región.

A pesar del uso generalizado del concepto, existen en Chile algunas diferencias en las definiciones y enfoques que circulan en el ámbito de la RSE. Las grandes empresas más activas en temáticas sociales y ambientales asumen la necesidad de hacer un cambio de enfoque desde la filantropía tradicional y paternalista hacia instrumentos programáticos y estratégicos basados en la RSE. Hay quienes incluso se refieren a este fenómeno como a un cambio de paradigma en las prácticas empresariales y en la forma de hacer negocio.

Adicionalmente, la ACHS ha detectado que para el caso de Chile, los aspectos laborales parecen tener especial relevancia a la hora de definir la RSE. De hecho, de acuerdo a lo detectado en el marco del proyecto FONDEF (Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico) liderado por VINCULAR, las investigaciones permitieron inferir que el concepto de RSE en Chile está principalmente asociado a la calidad de vida laboral, seguido por el compromiso con la comunidad y el cuidado del medio ambiente.

Los elementos comunes en las definiciones que circulan se refieren a la necesidad de que la RSE se incorpore a la práctica habitual de las empresas y que abarque los tres pilares de la sustentabilidad, es decir, aspectos económicos, sociales y ambientales. También existe coincidencia en que la RSE no es materia exclusiva de las empresas, sino que su éxito depende además del accionar del Estado y la sociedad civil en su conjunto.

En la práctica, el avance de la RSE en Chile se ha debido principalmente a requerimientos de los mercados internacionales y de inversionistas y consumidores extranjeros. Por otra parte, existe en el sector empresarial del país una tradición de filantropía y de prácticas de caridad, así como una creciente (aunque todavía incipiente) presión interna por parte de los consumidores locales. Es así como las empresas líderes en RSE en la actualidad generalmente corresponden a transnacionales con actividades en el país y ligadas a la extracción de recursos naturales. Un claro ejemplo de ello es la experiencia de los programas de RSE que aplican las grandes compañías mineras y recientemente los productores de salmones y las grandes empresas forestales.

Por otro lado, parece existir un aire de escepticismo sobre todo entre los consumidores y los medios de comunicación respecto del grado de implementación de la RSE y sus reales beneficios sobre la comunidad en general. Es más, parece ser que la sociedad civil no tuviera mayor ingerencia ni participación en la toma de

decisiones en cuanto a la aplicación de la RSE por parte de las empresas; tampoco contaría con los mecanismos para evaluar el comportamiento de éstas.

Podemos presentar algunos ejemplos de empresas que están desarrollando prácticas Socialmente Responsables en Chile, y que han tenido un reconocido trabajo, cabe mencionar de todas formas que esto aun esta distante del verdadero fin de la RSE, pero que son Acciones que vale la pena reconocer como parte de los avances que se han logrado:

3.3.1 Acciones de RSE del Banco Estado

Banco Estado enmarca ocho acciones que satisfacen el rol de responsabilidad con la sociedad, importantes para la integración de la comunidad tanto en el territorio como en las personas:

Bancarización: Al ser este un banco estatal, este busca asegurar el acceso a servicios financieros a la comunidad en general, especialmente a aquellos carentes de antecedentes necesarios o simplemente por la lejanía de sus hogares, que no tienen acceso a la banca privada.

Promoción del Ahorro: El Banco del Estado de Chile ha buscado tradicionalmente incentivar el ahorro en la población en todos los sectores sociales, constituyéndose así en la principal institución captadora de ahorro voluntario personal del país.

Financiamiento para la vivienda: Banco Estado siempre ha realizado proyectos con el fin de otorgar subsidios y otros mecanismos a la población de más bajos recursos del país, con el fin de mejorar el déficit habitacional, y así potenciar una vivienda digna para todos los sectores sociales, especialmente en los más desposeídos.

Prestación de Nuevos Servicios: 1) Seguros ante eventualidades y catástrofes: Junto con su filial Corredores de Seguros, Banco Estado ha otorgado sus productos de seguros a la población de ingresos medios y bajos, es en concreto, beneficios directos, en caso de siniestros, accidentes, cesantía. etc. 2) Financiamiento al Sector Agropecuario: El año 2000 la gran mayoría de sus operaciones crediticias con el sector agropecuario (92%) se concentró en los pequeños agricultores, representados por el tramo inferior a 25 millones de pesos. En términos de monto este tramo representó el 32% de los recursos colocados por el Banco en el sector agropecuario. 3) Programa sonrisa de Mujer: Una iniciativa de la ex primera dama, Sra. Luisa Durán, el Banco en conjunto con Prodemu y el Colegio de Dentistas de Chile participa desde agosto del 2000 en la implementación de este programa, el cual tiene por objeto que mujeres de escasos recursos que no han tenido acceso a la atención dental puedan realizarse tratamientos integrales.

Rol de Fomento: Promueve actividades productivas en empresas y sectores que por insuficiencia de información, escasa historia financiera o mayores niveles de riesgo, no han sido suficientemente cubiertos por la banca privada.

Financiamiento de grandes proyectos: 1) Financiamiento de la pequeña empresa: Banco estado respalda a la pequeña empresa mediante reprogramaciones y flexibilización de las exigencias para el uso del fondo de garantía para el pequeño empresario (FOGAPE). 2) Financiamiento a la Microempresa: El programa de créditos a la microempresa continúa desarrollándose con gran dinamismo el año 2000. En efecto, las operaciones de crédito cursadas por el BECH al sector llegaron a 32.000. Los saldos de créditos a la microempresa ascendieron a UF 1,3 millones a fines del 2000. En los últimos tres años la tasa de crecimiento promedio anual de las colocaciones en este segmento fue del orden de 110 %, lo que significa que los saldos colocados se multiplicaron más de cuatro veces en tres años.

Financiamiento a instituciones públicas: Las instituciones públicas son para el Banco Estado, uno de sus segmentos de clientes preferentes. A fines del año 2000, el número de convenio con estas entidades alcanzó a 1257; lo más relevantes son los convenios de pagos de remuneraciones y los servicios de pagos a los pensionados.

Rol Sociocultural: La institución se planteó la importancia de resaltar la relación con la comunidad, más allá del propio quehacer productivo o de servicio, con un compromiso más permanente con el desarrollo del espíritu de las personas, de acuerdo con la responsabilidad social que debe tener toda empresa en el contexto geográfico en el cual se inserta.

El Rol Socialmente Responsable se enmarca principalmente en el sentido de generar acceso a servicios bancarios a una mayor cantidad de personas e instituciones que la banca privada, lo que le entrega una importante diferenciación como institución pública, pero también como un eje de desarrollo de los sectores que no tienen acceso al sistema financiero comercial.

Se debe mencionar en todo caso que aún faltan iniciativas orientadas a fortalecer más la imagen de un banco totalmente responsable con la sociedad y el medio ambiente, como pudiese ser una guía de requisitos de RSE para empresas que deseen ocupar servicios bancarios y financieros de la institución Estatal.²²

²² Soledad Teixidó, Reinalina Chavarri, Andrea Castro, (2002), “Estudio de Casos Responsabilidad Social: Doce Casos Empresariales en Chile”

3.3.2 Programas de Responsabilidad Social en la Fundación Coca Cola Chile

La Fundación Coca Cola Chile cuenta con diversos programas y proyectos de ayuda para la comunidad Chilena, los más nombrados son:

Proyecto TAVEC, tecnología avanzada en educación científica. El objetivo principal de este proyecto, es contribuir al mejoramiento de la calidad de la enseñanza de las ciencias, en colegios de enseñanza media y básica, mediante la utilización de equipamiento computacional y científico adecuado, así como conexión a Internet para la capacitación, asistencia técnica y metodológica de los profesores participantes.

Entrega de Becas: Becas de estudio para estudiantes que sigan carreras técnico profesionales, esta surge con el propósito de ayudar al desarrollo intelectual de los estudiantes, que careciendo de los medios económicos necesarios, presentan un buen rendimiento escolar y excelente antecedentes personales.

Apoyo a Fundación Educación Empresa: El trabajo de apoyo de Fundación Coca-Cola a Fundación Educación Empresa se realiza desde 1994, con una gran cobertura de alumnos al año, distribuidos en Regiones y en el área Metropolitana. El objetivo es

acercar la educación al mundo del trabajo, dotando a los jóvenes de herramientas que les permitan desempeñarse con éxito en el mundo empresarial. Estos cursos son realizados por personas de la Fundación Educación Empresa, así como voluntarios ejecutivos de Coca Cola, los cuales donan este tiempo de clases para este proyecto.²³

Por supuesto es necesario señalar que aun las iniciativas no son lo suficientemente concretas, puesto que muchas acciones son solo orientaciones de marketing, y no una estrategia de desarrollo de la compañía como busca la RSE, y si bien es importante señalar los avances en las distintas materias, también es necesario indicar que aun falta un gran desarrollo de iniciativas que permitan llevar a la RSE como una norma que no solo genere beneficios parciales especialmente a los trabajadores, si no que sea una guía de actuación de todas las decisiones de las empresas, en su relación con el medio ambiente, la producción, los trabajadores, etc.

En síntesis, en Chile todavía es posible encontrar sectores que estiman que la única responsabilidad social de las empresas es la de crear riqueza y empleo, y que todos los otros objetivos sociales debieran ser abordados por el Estado u otros mecanismos. Un segundo sector, representado en mayor medida por organizaciones de la sociedad civil, afirma que toda organización tiene un rol social intrínseco, incluyendo las que tienen fines de lucro. Un tercer sector, quizás el mayoritario, favorece la incorporación de la RSE como instrumento que permite la creación de riqueza, o al

²³ Soledad Teixidó, Reinalina Chavarri, Andrea Castro, (2002), "Estudio de Casos Responsabilidad Social: Doce Casos Empresariales en Chile"

menos, permite la sustentabilidad de la empresa. Esta visión se basa en que el desarrollo de la RSE permite ganar competitividad en los mercados internacionales.

3.4 Rol del Estado y la RSE

Al Referirnos al Estado y la RSE, podemos señalar que este tiene a lo menos tres funciones fundamentales para que la RSE pueda implementarse con éxito en cada País.

En primer lugar la responsabilidad que debe tener hacia los funcionarios públicos consolidándose como un buen empleador, entendiendo que esto implica ir más allá de la legalidad, para poder, por ejemplo, terminar con la gran distorsión histórica en la contratación de funcionarios para labores de largo plazo, que son contratados a honorarios o contratos a un año renovables, y que violan claramente los derechos laborales que el mismo Estado impone a los empleadores del sector privado.

En segundo lugar se espera que el Estado sea un buen consumidor y un inversor responsable, en este sentido el Estado dio un gran paso al comprometer fechas de pagos razonables a los proveedores (30 días), que es una política que se espera sea reproducida especialmente por las grandes empresas en Chile. Además se espera del Estado que sea capaz de formular políticas públicas que den un marco global al actuar

de las empresas promocionando, potenciando y fortaleciendo las acciones que realizan los organismos privados.

La tercera acción debe ser en la línea de la regulación o reglamentación de la Responsabilidad Social Empresarial. El Estado debe generar Políticas Públicas que promuevan la RSE en Chile, por ejemplo, modernizando su modelo de gestión. Es importante mencionar que estas políticas no deben solo apuntar a las grandes empresas, si no generar la plataforma necesaria, con apoyo a las medianas y pequeñas empresas, para que estas puedan implementar la RSE de manera estratégica en sus operaciones, aun más cuando son estas empresas las que generan la mayor cantidad de puestos de trabajo.

En Resumen la agenda de Responsabilidad Social Empresarial que el Estado debe seguir, debiese estar marcada a lo menos por los siguientes puntos:²⁴

- El Estado debe ser socialmente responsable en su relación con los funcionarios que forman parte de su fuerza de trabajo.
- Promover la rendición de cuentas en las empresas públicas, demostrando al empresariado la importancia de las prácticas de transparencia.

²⁴ Camila Alvear Vargas, Directora de Contenidos Portal RSC-Chile

- Debe ser un consumidor responsable, en su rol de comprador e inversor, por lo que en los procedimientos de compras y contrataciones públicas debe incluir requisitos en materia de Responsabilidad Social Empresarial.
- Informar a los ciudadanos sobre la Responsabilidad Social Empresarial a fin de promover el consumo responsable y desarrollo de una cultura de consumo.
- Aportar al consumo responsable entregando información sobre las empresas, por ejemplo en materia laboral, ambiental, sanitaria y tributaria, ya que puede ser una ayuda importante a que los consumidores -como veremos más adelante- tengan la información necesaria para premiar o castigar a las empresas por sus comportamientos.
- Generar incentivos para el desarrollo de las actividades socialmente responsables, para lo que puede concretar políticas de fomento productivo, para facilitar por ejemplo créditos o subsidios.
- Facilitar la realización de acciones de responsabilidad social sobre todo en pequeñas y medianas empresas, incentivando así que se asocien para desarrollar en conjunto sus estrategias socialmente responsables.

- Lograr compromisos con asociaciones de empresarios y con organizaciones de la sociedad civil con el objeto de implementar programas de Responsabilidad Social Empresarial, buscando una participación equitativa de hombres y mujeres.
- Fomentar la participación de las empresas en el diseño de estrategias para el cumplimiento de los "objetivos del milenio".
- Promover la investigación especializada en materias de Responsabilidad Social Empresarial dado que aún resulta incipiente el esfuerzo investigativo en esta área.
- Incorporar un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial a los programas educativos.
- Regular la responsabilidad social cuando se les da uso publicitario.
- Por último, es importante el rol que cumple el Estado en la fiscalización y regulación de las empresas en múltiples materias, ya que no todo es voluntario, e incluso medidas que en un comienzo son de Responsabilidad Social Empresarial, pueden terminar siendo exigibles judicialmente.

Estas medidas aportan a generar un ambiente favorable para que las empresas también puedan seguir el buen ejemplo del Estado, y así potenciar la RSE como una política estratégica de País, que permita el fortalecimiento de los derechos y la generación de riqueza, productividad y trabajo en forma responsable con el medioambiente, los valores éticos y el desarrollo integral de las personas.

Por lo tanto, no se debe descuidar el rol del Estado en esta materia, si no fortalecer su participación, aun más cuando estamos en un proceso de crisis financiera, que nos confirma que el mercado por si solo no es capaz de garantizar el desarrollo social responsable y duradero, y que necesita del Estado y sus atribuciones para lograr generar valor y desarrollo real en la sociedad. Por supuesto, tampoco se debe olvidar el importante papel que desarrolla la participación ciudadana en la aplicación de la RSE, ya que ha sido la presión de este grupo un componente clave en el desarrollo de Políticas en dicha materia, como sucedió, por ejemplo, en el caso de Brasil²⁵.

²⁵ Red interamericana RSE (2005). "Situación de la RSE en Latinoamérica, Hacia un desarrollo sustentable".

3.5 Teoría de Percepción

Sobre la percepción se ofrecen diversas definiciones que han ido evolucionando hacia la implicación de las experiencias y los procesos internos del individuo.

La definición más clara que podemos dar a conocer es la siguiente:

“Interpretación de los impulsos provenientes de las áreas corticales sensoriales. Permite seleccionar, organizar e interpretar los estímulos sensoriales, llevando a que la información recogida por medio de los sentidos adquiera significado para nosotros. No podemos absorber toda la información sensorial disponible en nuestro ambiente, por lo que atendemos selectivamente a ciertos aspectos del medio mientras relegamos otros al fondo”.

²⁶Según la teoría clásica de la percepción que el fisiólogo alemán Hermann Ludwig Ferdinand von Helmholtz, formuló a mediados del siglo XIX, la constancia en la percepción, al igual que la percepción de la profundidad y la mayoría de las percepciones, es resultado de la capacidad del individuo de sintetizar las experiencias del pasado y las señales sensoriales presentes.

²⁶ Encarta 2008

Partiendo también de la estimulación táctil y auditiva, un niño aprende con rapidez un sinnúmero de asociaciones específicas que se corresponden con las propiedades de los objetos en el mundo físico. Tales asociaciones, o percepciones, se forman automáticamente y a tal velocidad que ni siquiera un adulto bien entrenado puede descifrar con un grado fiable de aciertos las señales visuales de las que proceden.

Otras teorías:

James Gibson: Psicólogo estadounidense conocido por sus estudios en el campo de la percepción. En el planteamiento ecologista es su libro “La percepción del mundo visual” (1974) defiende la teoría de que la percepción es un proceso simple; en el estímulo está la información, sin necesidad de procesamientos mentales internos posteriores. Dicho planteamiento parte del supuesto de que en las leyes naturales subyacentes en cada organismo están las claves intelectuales de la percepción como mecanismo de supervivencia, por tanto, el organismo sólo percibe aquello que puede aprender y le es necesario para sobrevivir.

Ulric Neisser : Prestigioso Psicólogo cognitivo, según su obra “Cognitive Psychology” (1967), la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo anticipatorio, que le permite contrastar

el estímulo y aceptarlo o rechazarlo según se adecue o no a lo propuesto por el esquema. Se apoya en la existencia del aprendizaje.

Psicología Moderna: Para la psicología moderna, la interacción con el entorno no sería posible en ausencia de un flujo informativo constante, al que se denomina percepción. La percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza a los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro hábitat, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos.

Esta definición presenta dos partes bien diferenciadas referidas respectivamente al tipo de información obtenida y la forma en que ésta se consigue.

La definición que seleccionamos parte de la existencia del aprendizaje, y considera la percepción como un proceso de tres fases. Así pues, ***la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones***²⁷.

El elemento clave del éxito de una campaña publicitaria es el receptor, que es el individuo objetivo de la comunicación. Con la publicidad las empresas buscan ponerse en contacto con su población objetivo para lograr de ella un determinado comportamiento y/o actitud. Ahora bien, para que un mensaje publicitario pueda

²⁷ Extraído de www.um.es (Documento de trabajo Docente de la Universidad de Murcia, España).

transmitir ideas, formar, reforzar o modificar actitudes, y, también, propiciar un comportamiento, previamente debe crearse una imagen en la mente del receptor.

Para que una comunicación tenga éxito es indispensable que se cumplan dos condiciones:

- En primer lugar, que capte la atención del individuo expuesto.
- En segundo lugar, que sea interpretada correctamente, es decir, en la forma prevista por el emisor. Es esta parte del proceso de comunicación lo que se denomina proceso de percepción.

¿Cómo operaría la percepción en el caso de un transporte público masivo en la ciudad de Santiago de Chile y en un contexto latinoamericano?

Lo importante de conocer el significado de este concepto, es que a través del presente estudio, pretendemos averiguar lo que los usuarios de Metro de Santiago interpretan al ver cómo dicho medio de transporte les otorga este servicio a diario en sus vidas, investigar también, cómo ellos observan la calidad de la gestión que esta Institución realiza, más allá de su fin que es el de brindar medio de transporte a la ciudadanía, sino que también vean si ésta, trae algún beneficio o repercusión negativa a su calidad de vida como usuarios de este servicio, ya que al ser Metro de Santiago un medio de transporte masivo, la ciudadanía tiene una certera y muy creíble opinión al respecto.

3.6 Metro y RSE

La relación entre la empresa Metro de Santiago y la RSE la podemos entender desde la aplicación en la actualidad de una serie de programas e iniciativas que van a aportar en la mejora de la calidad de vida de sus usuarios y la comunidad en general, apuntando principalmente a la seguridad y el acceso a bienes y servicios artísticos culturales.

El primer aporte en términos de RSE desde Metro de Santiago, lo podemos encontrar en la propia misión que esta compañía se plantea para sus operaciones, puesto que esta señala que la Misión institucional consiste en “Transportar la mayor cantidad de pasajeros posibles en forma grata, eficiente, segura y no contaminante”, abordando de esta forma varias características, a lo menos en la definición, de acciones que cumplen con estándares de RSE.

La primera parte de la campaña recurrió a la utilización de 5 mensajes concretos (Mejora tu Concentración, Cuida tu Imagen, Protege tus Huesos, Mejora tu Vista, Cuida tus Dientes), también dispuestos en gigantografías, adhesivos, volantes, porta boletos y afiches, además de la correspondiente sonorización en trenes. En esta etapa

se invita a realizar una reflexión sobre la seguridad, las caídas y el uso respetuoso de los espacios.

Cabe destacar esta iniciativa, pues ha convertido el transporte de pasajeros, en una oportunidad de agregar valor a sus servicios, generando un verdadero sentido de pertenecía de los usuarios con la empresa, otorgando beneficios tales como; la preservación de estaciones, trenes en buen estado y limpios, posicionamiento como una empresa que entrega servicios de alta calidad, lo cual el usuario valora.

También nace la iniciativa denominada MetroArte (la idea es posicionar a Metro de Santiago como un promotor del arte y la cultura), el cual surge como una iniciativa tendiente a potenciar el Arte Público, invitando para ello a los artistas más representativos del país a crear propuestas que enriquezcan artísticamente las estaciones del metro acercando de esta manera la cultura a la comunidad.

Desde sus inicios y paulatinamente, Metro de Santiago ha venido incorporando a su gestión el rol cultural, al integrar a su servicio la difusión de manifestaciones artísticas relacionadas con el Arte Público y la Cultura Urbana. Gracias a ello, ha potenciado una verdadera red de comunicación fluida, directa, masiva y permanente entre artistas, gestores y un público masivo. Este último, integrado por grupos socioeconómicos, culturales y etéreos diversos, y superior a los 2 millones de personas por día, que pueden acceder a una oferta cultural continua y gratuita.

Con esos objetivos, en 1992, Metro de Santiago dio inicio a una experiencia que ya se desarrollaba en otros Metros del mundo como el de Boston, Ciudad de México, Berlín, Roma y Ámsterdam. Todos ellos ya incorporaban en sus espacios creaciones artísticas de las más diversas tendencias, en la idea de “humanizar” los recintos ubicados en el subsuelo, en especial aquellos más próximos a la visual de los pasajeros.

Una de las características del Proyecto MetroArte es que promueve la integración de artistas y empresas, las que contribuyen al financiamiento de las obras de arte. Para hacer posible esta modalidad se recurrió a las disposiciones de la Ley de Donaciones Culturales (ley 18.985 o más conocida como “Ley Valdés”) que otorga beneficios tributarios.

Respecto de esto último y con el objetivo de facilitar la relación entre la empresa y el artista, la gestión de la Corporación se hace necesaria ya que libera a la empresa donante de la obligación de hacerse cargo de la administración de los fondos concedidos, situación que a menudo constituye un requisito para materializar su aporte.

MetroArte es una invitación dirigida a las grandes empresas nacionales interesadas en proyectarse, vinculándose a un proyecto cultural que se ha transformado en un hito del Arte y la cultura Pública en la capital, pero al mismo tiempo incrementa el

patrimonio cultural del país a través de la generación de obras de arte que permanecerán durante décadas en un espacio público como son las estaciones del Metro.

Además inserto también en esta proyección del Arte y la cultura, Metro de Santiago, incluyó en su oferta cultural de los últimos años un novedoso sistema de préstamos de libros a domicilio denominado Bibliometro, el cual se encuentra ubicado en una serie de estaciones a lo largo de toda la ciudad.

La iniciativa, implementada en conjunto con la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos DIBAM, ha tenido por objetivo acercar los libros a las personas con la idea de incentivar, a un muy bajo costo (inscripción anual), el gusto por la lectura en todos los segmentos etéreos de la comunidad.

A fines del 2002 se inauguró la octava biblioteca subterránea en la estación Plaza de Armas, que se suma a las otras siete existentes en Los Héroes, Puente Cal y Canto, Tobalaba, Baquedano, Bellavista de La Florida, Ciudad del Niño y San Pablo.

Mediante el desarrollo de estos espacios culturales que datan de 1996, se ha buscado variar el concepto de biblioteca, al sacarlas de su hábitat natural, la superficie de la ciudad, y ponerlas al encuentro de los pasajeros de Metro y público en general.

Hoy más de 36.300 socios disfrutan de una colección que contiene 36.400 libros, entre los cuales destacan textos recreativos, de arte, novelas, biografías, ensayos, poesía, autoayuda, esoterismo y otros de autores chilenos, latinoamericanos y universales.

La ejecución de esta iniciativa ha permitido que el Metro de Santiago sea percibido por los ciudadanos como un sistema que opera más allá de rol de transporte, puesto que entrega servicios que aportan a la cultura y las artes, potenciando la posibilidad de que la ciudadanía disfrute de estas muestra, y las ocupe como capital cultural de acceso masivo que va en directo aporte al mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios de Metro de Santiago.

Además es importante volver a señalar el Rol como empresa Pública que Metro de Santiago tiene, puesto que no solo está dado por el funcionamiento como compañía cuyo valor accionario mayor pertenece al Estado, sino también por la naturaleza y calidad del servicio que presta, ya que esto permite al Estado entregar un importante servicio a la sociedad, y así esta puede percibir un rol activo del Estado en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, y a su vez propone un modelo de gestión ejemplar para el manejo de empresas públicas, derribando en este ejemplo la idea de que el Estado no es capaz de manejar empresas con éxito.

También debemos indicar que cuando hablamos de servicio de transporte de calidad, y que está orientado a la ciudadanía, el Estado puede ocuparse de buena forma de este servicio, aun mejor que el privado por cuanto las operaciones no están solo orientadas al generar utilidades, si no más bien un servicio público de calidad y a un valor que permita el acceso a todas las personas, de ahí la importancia de poder entender que muchas políticas públicas deben ser pensadas más allá del corto plazo en el sentido de retornos económicos directos, si no como un espacio de integración de las personas no solo en el ámbito económico, en donde si es necesario invertir para subsidiar un sistema determinado se realice con el fin de asegurar a largo plazo un servicio para todos.

Por todo lo antes señalado también podemos llegar a una conclusión que va quizás por fuera de los argumentos teóricos de la RSE para este estudio, pero que sin lugar a dudas representa una manera de medir el nivel de RSE en Metro de Santiago, y esto tiene que ver con el servicio que presta, aun más cuando por razones de la contingencia nos hemos enfrentado en estos dos últimos años a una crisis del transporte en la Región metropolitana, lo que ahora se ve profundizado por la crisis económica que se está iniciando a nivel mundial. Y quizás sea en estas circunstancias donde el Rol Social de una empresa tan estratégica como Metro cobre mayor relevancia, al poder seguir entregando un buen servicio a un costo accesible a las personas.

Por lo tanto la idea de poder generar un sistema de subsidio al transporte público, ya no solo en Santiago si no a lo largo del País, parece ser una idea muy lógica, pues permitiría, por supuesto después de un tiempo en que el sistema pueda funcionar normalmente, un importante aporte al desarrollo de políticas que vayan a apoyar el quehacer regional en ámbitos tan sensibles como la economía y el desarrollo local.

En el mismo sentido de un servicio de calidad, y con la finalidad de poder medir la gestión de una empresa pública es que a continuación se presenta un cuadro de comparación de los lineamientos estratégicos postulados por el Pacto Global a través de 10 Principios fundamentales, y las políticas de funcionamiento de Metro de Santiago.

Esta matriz de cumplimiento de normas del Pacto Global por parte de Metro de Santiago, se realiza según la percepción de los autores del presente estudio, considerando que a raíz de la investigación han podido conocer múltiples puntos de vista y percepciones del sistema de transporte público capitalino:

Pacto Global	Metro		
	En curso y satisfactoria mente.	En curso pero requiere mayor atención.	No esta en curso.
Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.	√		
No ser cómplice de abusos de los derechos	√		
Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.			√
Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.		√	
Abolir cualquier forma de trabajo infantil.	√		
Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.		√	
Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.	√		
Promover mayor responsabilidad medioambiental.	√		
Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.	√		
Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.	√		

El siguiente es el cuadro de conclusión que nos permite analizar y explicar la clasificación antes dada a cada Principio del Pacto Global.

²⁸ Tabla elaborada a partir de Acción Empresarial, junio 2000 “La empresa y la Responsabilidad Social, Primeros Pasos”

Cuadro de Conclusión:

Pacto Global	Metro
Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalaciones adecuadas para personas con discapacidad física. ▪ Señalética y equipamiento de seguridad para el uso de los pasajeros.
No ser cómplice de abusos de los derechos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campañas que acusan los diferentes abusos existentes. Además promueven el comportamiento idóneo de la ciudadanía.

Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No otorga libertad de asociación sindical.
Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metro contrata parte de su personal a través de empresas externas, privándolos de los beneficios que la empresa entrega a trabajadores directos.
Abolir cualquier forma de trabajo infantil.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En este sentido Metro es Responsable, ya que no permite la contratación de menores de edad.
Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metro de Santiago no discrimina, en materias como género, raza, situación económica.
Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se caracteriza por entregar un servicio limpio y no contaminante. El gran desafío es buscar alternativas energéticas de menor consumo.
Promover mayor responsabilidad medioambiental.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Genera múltiples campañas que incentivan al uso de medios de transporte alternativos que no contaminen y no usen energías no renovables.

Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.	▪ A través de su actividad en el uso de una tecnología no contaminante ejemplifica este principio.
Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.	▪ El proceso de modernización de su gestión empresarial, puede ser entendida como el mayor avance en esta materia

Podemos Concluir que Metro de Santiago ha generado un gran avance en el cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Global a través de sus operaciones, siendo el ámbito laboral el que presenta más debilidades, y donde debiese haber un mayor esfuerzo por mejorar y generar las condiciones necesarias para superarlo²⁹.

3.7 Comparación de Servicios de Transporte y RSE en América Latina. Caso: Transmilenio, Colombia.

El caso de Transmilenio resulta ser un punto de referencia en materia de transporte público en América Latina, y que además realiza un importante aporte desde su construcción con las normas de RSE según la información entregada por la empresa.

Transmilenio es el sistema de transporte público modelo de la ciudad de Bogotá, Colombia. Este sistema fue concebido como un ejemplo de transporte masivo de la

²⁹ Mayor información sobre Metro de Santiago en Anexos.

ciudad, el cual cumple ciertas normas y estándares de calidad que lo destacan como una experiencia exitosa en la Región.

Respecto a su forma de operar, su Visión empresarial señala; *“Establecer un sistema de transporte sostenible que minimice las problemáticas ambientales y de calidad de vida generados por el actual sistema de transporte urbano”*³⁰, es decir, cambiar el paradigma de los sistemas de transporte en Latinoamérica.

Además se puede sumar la Misión que nos dice *“Contribuir con la planificación y gestión relacionada con los aspectos que contribuyan al logro de los objetivos ambientales de la entidad, los cuales están orientados a garantizar y desarrollar las condiciones para operar un sistema de transporte sostenible, con calidad, oportunidad, seguridad y con los mínimos impactos ambientales, contribuyendo en la calidad de vida de los bogotanos y al medio ambiente de la ciudad”*³¹, la cual instala el factor de la planificación y la gestión como puntos relevantes del ejercicio de las actividades del proyecto.

Además el sistema se caracteriza por la implementación de ciertos principios guías, que permiten entregar un servicio diferenciador en temas de calidad y responsabilidad ambiental. Estos principios son los siguientes:

³⁰ Extraído de www.transmilenio.gov.co

³¹ Extraído de www.transmilenio.gov.co

- *Calidad Ambiental para el desarrollo humano integral:* El propósito central de la calidad ambiental es mejorar equitativamente la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras, partiendo por crear un medio seguro, saludable, propicio y estimulante para el desarrollo integral del ser humano.
- *Desarrollo sostenible como proyecto social y cultural e Incorporación de la sustentabilidad ambiental:* El desarrollo sostenible se acomete como un proyecto de vida colectivo que involucra tanto a la sociedad civil como al Estado. Se basa en la concertación de las voluntades con las políticas públicas, haciendo coherente e integral la estrecha relación que existe entre ambiente, calidad de vida y desarrollo productivo y propendiendo por el mejoramiento de los comportamientos individuales que apuntan a la construcción de una cultura y un territorio viables y competitivos en el corto, mediano y largo plazo.
- *Preeminencia de lo público y lo colectivo:* La gestión ambiental de Bogotá da prelación a los elementos, procesos y alternativas que permiten crear, vivir y apropiarse de la ciudad física, social y económica como un hecho colectivo, procurando la satisfacción colectiva de necesidades comunes, favoreciendo el encuentro constructivo entre sus integrantes y extendiendo a todos ellos la inclusión de las decisiones, responsabilidades y beneficios.
- *Preponderancia del rol de la asociación público-privado sobre la base de su viabilidad* para asegurar el proceso productivo del país, mediante la utilización de las mejores tecnologías y prácticas ambientales disponibles.

- *Ecoeficiencia de la función y la forma urbana:* Las implicaciones ambientales de toda decisión deben mediarse por su contribución a la ecoeficiencia del conjunto; es decir, la capacidad de producir bienes, servicios y estructuras, optimizando el aprovechamiento de los recursos naturales, las potencialidades ambientales y socioculturales al tiempo que se minimizan la generación de desperdicios, el deterioro físico y funcional y la marginalidad ambiental, económica y social.
- *Liderazgo nacional y articulación global:* Corresponde al Distrito Capital liderar, en el ámbito nacional, el desarrollo conceptual, metodológico y técnico de los temas propios de la gestión ambiental urbana, así como el intercambio de experiencias y técnicas con otras ciudades del mundo y la discusión e implementación de los convenios y agendas internacionales de protección del ambiente global.
- *Transformación positiva del territorio:* Las ventajas ambientales del territorio deben ser potenciadas a través de la planificación y el diseño, en formas creativas y competitivas en el ámbito global, conservando los procesos ecológicos esenciales y mejorando la capacidad del medio para sustentar el funcionamiento económico y sociocultural.
- *Gestión ambiental urbano-regional:* La gestión ambiental distrital debe contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la región y a la armonización de sus distintos modos de vida, acercando la toma de decisiones a la escala real de los procesos ecológicos y a los actores involucrados, y

procurando la construcción de un sistema urbano regional posicionado y competitivo tanto nacional como globalmente.

- *Internalización de la responsabilidad de una adecuada gestión ambiental y territorial* mediante la incorporación de una cultura ambiental y la implantación de procesos de control y gestión de modo que las consideraciones ambientales y territoriales se incorporen a los proyectos y se controlen en cada una de sus etapas.
- El principio inspirador de la gestión ambiental del Sistema es el preventivo, a fin de evitar que se produzcan efectos ambientales no deseados, sobre la consideración de que la superación de los problemas ambientales, una vez producidos, es más costosa y menos eficaz que su prevención.
- *Gradualismo y mejoramiento continuo de la gestión ambiental del sistema;* entendido sobre la base de que los estándares ambientales constituyen logros progresivos, y que requiere de esfuerzos continuos y mejoras crecientes.
- *Participación.* Una gestión ambiental legítima, transparente y socialmente consensuada, es posible sólo a través de la concurrencia de los intereses y preocupaciones de la comunidad local, de los académicos, de ONG's, de los propios afectados y sus culturas, de los grupos de opinión, de los trabajadores, de los sectores productivos y de la ciudadanía organizada. La participación permite reconocer las legítimas diferencias entre las partes, así como buscar acuerdos y consensos ambientales.

Estos principios le dan forma y sentido a la actividad realizada por Transmilenio, pero además destaca algo que en general no ha sido explorado en su totalidad en materia de RSE en Latinoamérica, como lo son los objetivos estratégicos, que guíen la operación empresarial de manera cierta y fiable. Para este caso nos encontramos con los siguientes Objetivos estratégicos³²:

- Fortalecer la gestión ambiental del Distrito a través del fortalecimiento de la gestión ambiental del Sistema de Transporte Masivo TransMilenio.
- Posicionar el Sistema TransMilenio como un ejemplo exitoso de Transporte Sostenible a nivel nacional e internacional.
- Fortalecer una articulación integral de la gestión ambiental, de sus procesos y resultados, con las demás funciones de la entidad y del sistema que contribuyen a garantizar la prestación del servicio con oportunidad y calidad para el usuario y contribuyendo a la calidad de vida y a la calidad ambiental del Distrito.
- Consolidar una comunidad crítica y comprometida con la realidad ambiental de la ciudad, capaz de responder desde procesos multidisciplinarios e interdisciplinarios, con rigor, oportunidad, pertinencia social y técnica a las problemáticas ambientales del Sistema.
- Promover los procesos de investigación y apropiación del conocimiento para fortalecer los mecanismos de mejoramiento continuo en materia técnica,

³² Extraído de www.transmilenio.gov.co

tecnológica, logística y operativa para mejorar el desempeño ambiental y operativo del sistema.

Como se puede observar Transmilenio está pensado desde la RSE, de su planificación, desde la ejecución y su implementación, lo que permite un modelo de desarrollo. Por ello cobra importancia observarlo e incluirlo al momento de discutir y buscar opciones para la implementación de servicios de transporte en otras ciudades de la Región.

3.8 Actualidad y Proyecciones en materia de RSE.

3.8.1 Pacto global.

Es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU) que fue anunciado por el secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en su reunión anual de 1999.

Su fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones

no gubernamentales (OGNs), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

En el corazón del Pacto están diez principios universales que las empresas deben adoptar. Para poner los principios en práctica, hay dos objetivos principales:

- Que el Pacto y sus principios formen parte de la estrategia corporativa y de sus operaciones.
- Que se posibilite la cooperación entre participantes para encontrar soluciones prácticas mediante el Diálogo, el Aprendizaje y Proyectos Conjuntos.

Además cuenta con lo que se denomina “Los Diez Principios” Establecidos y que servirán como marco para la comparación de esta investigación son:

En Derechos Humanos

- Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos

Ámbito laboral

- Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente

- Principio N° 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
- Principio N° 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.
- Principio N° 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Anti – Corrupción

- Principio N° 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

Estos diez principios son una especie de marco regulatorio que se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social en la globalización. Al presentarlo Kofi Annan manifestó que la intención del Pacto Global es "dar una cara humana al mercado global".

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha tenido una gran acogida entre empresas, sindicatos, entidades educativas y ONGs, pero también ha sido criticada por no tener carácter obligatorio, lo que aun es una tarea pendiente en la cual hay mucho que avanzar.

El Pacto Mundial proporciona una oportunidad para que las empresas de todo el mundo participen en la asunción de estos retos. Las empresas pueden contribuir a través de iniciativas voluntarias en su propia organización y en sus cadenas de suministro. También pueden trabajar conjuntamente con las Naciones Unidas, los poderes públicos o con organizaciones no gubernamentales en actividades que contribuyan al desarrollo sostenible en la comunidad local o internacional.

La fase operacional del Pacto Mundial se inició en Julio de 2000 en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York y las primeras empresas se adhirieron a la iniciativa. Actualmente, más de 4.000 empresas de 116 países diferentes, se han adherido al Pacto Mundial. La mayoría de las industrias se encuentran representadas, y los participantes vienen tanto del Norte como del Sur.

El Pacto Global es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones. La entidad que adhiere al Pacto Global asume voluntariamente el compromiso de ir implementando los diez Principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso de implantación, mediante la elaboración de Informes de Progreso³³.

3.8.2 ISO 26000, hacia una norma internacional.

ISO, siglas de International Standards Organization, Organización Internacional de Normalización, organismo encargado de coordinar y unificar las normas nacionales. En 1926, 22 países se reunieron para fundar una federación internacional de los comités nacionales de normalización, la ISA (International Standardizing Associations). Este organismo fue sustituido en 1947 por la ISO, cuya sede está situada en Ginebra. Cada país miembro está representado por uno de sus institutos de normalización, y se compromete a respetar las reglas establecidas por la ISO relativas al conjunto de las normas nacionales. Esta institución tiene por tarea desarrollar la normalización con carácter mundial y, a tal efecto, publica normas internacionales

³³ www.pactoglobal.cl

conocidas como “normas ISO”, que intentan acercar las normas nacionales de cada Estado miembro. La ISO es un organismo consultivo de las Naciones Unidas, lo que le entrega aun una mayor validación en el mundo globalizado.

Es por la validación que ISO ha logrado en el mundo entero, y por lo alcances que su normas pueden tener, pues son respetadas y aplicadas en muchos países y muchas empresas en el mundo, que creemos muy relevante incorporar el estudio de la ISO 26000, como una oportunidad de generar estándares internacionalmente aceptados de cómo se debe aplicar y entender la RSE.

ISO no es solo una norma a cumplir, si no la representación de la importancia que la RSE logra en el mundo globalizado, como una forma de garantizar, desde todos los sectores, especialmente desde la empresa, un desarrollo consecuente con los adelantos económicos y tecnológicos de la humanidad. Por lo tanto consideramos que la inclusión de la ISO en este estudio, debe entenderse como la inclusión del que puede convertirse en el paso más importante en la historia del desarrollo y la aplicación de la RSE.

ISO 26000 permitirá sin lugar a dudas un mayor conocimiento de las personas de la RSE, así como también una aplicación que pueda ser medida con mayor certeza, pues permite al igual que las otras normas ISO un estándar, que logre que hablar de RSE pueda ser algo a lo menos similar en cada cultura y empresa, y así evitar la confusión

que genera el igualar la RSE con aplicaciones como la Filantropía o la Ayuda Social particular.

De esta forma veremos el desarrollo de las normas ISO y sus alcances en el mundo Globalizado, como un sistema de certificación y aplicación de normas, que ha logrado posicionarse como un paradigma de la certificación Mundial³⁴.

3.9 Beneficios de la RSE

Finalmente exponemos como componente práctico de la implementación de la RSE, los beneficios que expone esta política de generar la acción empresarial. El enfoque de RSE plantea que a largo plazo las empresas pueden incrementar su rendimiento y valor compensando de mejor forma a sus accionistas. Dado que se entiende que un comportamiento empresarial responsable permite reducir riesgos y conflictos e incrementar la reputación empresarial.

El enfoque de RSE, plantea un importante cambio de eje conceptual en cuanto al quehacer empresarial, tradicionalmente orientado a la maximización del valor accionario de la empresa, hacia un enfoque que algunos autores han definido como: “Reconocimiento e integración en sus operaciones... de las preocupaciones sociales y

³⁴ www.isoconsultores.cl
Mayor información sobre ISO en Anexos

medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores”³⁵.

Esta visión de empresa con respecto a su filosofía, metas y políticas, en el marco de la sociedad moderna, ha venido siendo asumida por muchas empresas durante las últimas décadas, aún cuando debemos reconocer que no se ha logra hacer con un conjunto significativamente importante de empresas, especialmente en los países en desarrollo.

Entre los factores a tener en cuenta para que se extienda el ejercicio de RSE por los agentes empresariales se debe contar con un mayor protagonismo de los consumidores y la fuerza trascendente que actúa desde el mercado. En esta era, los productos y sus responsables tienden a ser sujetos de un control exhaustivo y continuo, en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia.

Por ello, se entiende que el enfoque de RSE se encuentra en evolución constante. De un tiempo a esta parte la RSE, aunque lenta y dificultosamente, ha trascendido desde círculos expertos reducidos al debate público, como consecuencia del papel que juegan y del impacto que suponen hoy por hoy las empresas en las sociedades en las que operan, y, por tanto, también comienza a instalarse en las agendas políticas.

³⁵ De la Cuesta, M. y Valor, C. (2003): “Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, Medición y Desarrollo en España”. Boletín Económico del ICE, Nº 2.775.

Algunos de los Beneficios que entrega RSE al negocio son los siguientes:

- Mejora el desempeño financiero:

Por requerimiento de IBM, la Universidad norteamericana UCLA estudió 156 compañías para determinar el vínculo entre el desempeño y el involucramiento con la comunidad de una empresa. El estudio determinó que aquellas con mayor inversión social, presentaban los mayores retornos de sus inversiones financieras o activos.

- Incrementa la moral, compromiso, retención y desempeño de los trabajadores:

De acuerdo con la investigación realizada en USA por Council of Foundations, la acción que realiza una empresa con la comunidad influye directamente en la percepción de los trabajadores respecto de su empleo. El estudio realizado en 1994 por la Universidad de Boston, detectó que el 84% de los trabajadores entrevistados asignaban importancia a la imagen de su empresa en la comunidad, y un 54% opinaba que era de gran importancia.

- Desarrolla habilidades en los trabajadores:

Según los resultados de un estudio encargado por British Telecom, los proyectos con la comunidad favorecen el desarrollo de una variada gama de habilidades en los empleados, que participan directamente en estas actividades, entre las que se

incluyen: trabajo en equipo, planificación e implementación, comunicación, conducción y gestión.

- Fortalece la imagen de la empresa:

Un activo programa de involucramiento con la comunidad, ayuda a construir una positiva y sólida reputación ante los consumidores, los trabajadores, la opinión pública, los inversionistas, accionistas y medios de comunicación. Los rankings o evaluaciones empresariales actualmente están incluyendo el involucramiento con la comunidad como variable importante. Es el caso en Chile de “Las empresas más Admiradas”, encuesta realizada por Adimark - La Segunda y “The Most Admired Companies” (USA).

- Atrae a nuevos inversionistas:

Algunos estudios muestran la relación existente entre la reputación de una empresa y su éxito financiero. Cabe destacar que en Estados Unidos más del 10% de la inversión en empresas norteamericanas es asignada por factores sociales como lo es el involucramiento con la comunidad.

- Incrementa la lealtad y preferencia de los consumidores:

En un escenario como el actual, en que el precio y la calidad de los productos y servicios se estandarizan crecientemente, el involucramiento con la comunidad puede ayudar a diferenciar a la empresa de sus competidores, y a incrementar la

lealtad a la marca. Un estudio realizado en 1999 por Cone-Ruper, detectó que 8 de cada 10 consumidores tenían una mejor imagen de aquellas empresas que apoyaban causas sociales de importancia para ellos; el 68% de estos consumidores declaraba que “no tendrían problemas” con pagar un poco más por producto vinculados a buenas prácticas.³⁶

A modo de resumen de los beneficios que la RSE aporta a la empresa, podemos señalar que en la actualidad, e insertos en una economía mundial la imagen de marca y la reputación están entre las fortalezas más valoradas. Prácticas de marketing responsable, por naturaleza, son altamente visibles para los consumidores y tienen el potencial de fortalecer o debilitar la opinión del público con respecto a una empresa o a su marca. Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores, puede generar lealtad y confianza y proveer un espacio de confianza en tiempos de crisis, creando un público más tolerante y más propenso a restaurar su confianza cuando la crisis termine. Del mismo modo, prácticas de marketing responsable que son vistas de manera negativa, pueden menguar la imagen de marca y la reputación de una empresa, aunque ésta tenga productos o servicios de muy alta calidad.

³⁶ Extraído de www.accionrse.cl

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Dificultades en la aplicación del Instrumento

Dificultades que se podrían presentar al realizar la investigación en Metro de Santiago:

Las posibles dificultades que se pensaron en un comienzo, fueron que la empresa Metro de Santiago guarda en forma muy cautelosa los resultados de estudios que aplican a los usuarios de sus servicios, y también mantienen en forma reservada las diferentes investigaciones sobre las comparaciones que realizan con otras empresas de transporte, por lo tanto el obtener información por parte de ellos no sería una tarea fácil.

Por otra parte el solo hecho de realizar la encuesta dentro de las dependencias de Metro nos traería problemas, puesto que no logramos conseguir ningún tipo de autorización o acreditación que nos permitiera desarrollar el estudio en terreno.

Con la implementación del Transantiago Metro se ha visto envuelto en una lucha por mantener una imagen de servicio óptimo, por lo que, cualquier estudio que

entorpezca o simplemente agrave un tema tan sensible como es la imagen de esta empresa sería impedimento para poder realizar el estudio.

Otro punto importante sería lograr que los usuarios no pudieran contestar una encuesta que dura aproximadamente 10 minutos, puesto que la mayor parte de los usuarios de Metro utilizan este servicio para facilitar su trayecto y no estarían dispuestos a perder minutos para contestar la encuesta que nos permitiría dar inicio a esta investigación.

Una vez que comenzamos el estudio en terreno, nos dimos cuenta que era muy difícil poder entrevistar a un grupo determinado de personas, puesto que Metro no accedió a otorgarnos el permiso necesario para entrevistar a los usuarios del servicio, dentro de sus dependencias. Nos vimos en la obligación de comenzar a encuestar a los diferentes usuarios sin tener una cuota inicial de rangos de edad, esta se fue dando mientras lográbamos entrevistar a diferentes usuarios, lo que nos dio como resultado tener un mayor porcentaje en los rangos de edad de 30 y 50 años de edad, concentrando también una mayor parte en el sexo masculino.

Metro tampoco accedió a facilitarnos información sobre los estudios que mantienen sobre la percepción de sus usuarios con el servicio que prestan, argumentando que es información completamente confidencial, por otra parte tampoco accedió a informarnos sobre la incorporación de Responsabilidad Social Empresarial que manejan, se nos informó que lo único existente para otorgar al público o estudiante es

lo que aparece en las publicaciones que realizan en forma mensual y que aparecen en su página web, o simplemente los informativos que se encuentran en las estaciones de Metro.

4.2 Tipo de investigación

Será de carácter descriptiva porque tiene por objetivo conocer la realidad cotidiana del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial en el Metro de Santiago durante un tiempo determinado, sin manipular deliberadamente las variables, solo observando y describiendo las características del fenómeno. Lo anterior se realiza a través de la recolección de información teórica existente, como en la aplicación de una encuesta a usuarios de la empresa en cuestión.

4.3 Diseño de investigación

El diseño de nuestra investigación es de tipo transeccional, pues nuestro estudio se realizó en un tiempo determinado, teniendo la intención de observar la Percepción de los usuarios de Metro de Santiago solo en ese momento, no pretendiendo explicar la realidad del problema en tiempos distintos.

4.4 Selección del Universo

El universo determinado por los investigadores son usuarios del servicio de transporte prestado por la empresa Metro de Santiago.

Estos son usuarios sin distinción de edad, sexo, nivel de ingreso, nivel de estudios, frecuencia de viajes, etc.

Tampoco se realiza la selección del universo distinguiendo cuotas determinadas, ya que la muestra se dará de manera aleatoria, sin intervenir directamente sobre la muestra, ya que se pretende tener una muestra lo más representativa posible, por lo tanto se consideran válidas todas las opciones de respuestas.

4.5 Selección de la unidad de análisis

La selección de la unidad de análisis se determinará sobre los siguientes criterios:

- Usuarios de Metro

4.6 Recolección de datos

Para recopilar los datos se ha determinado desarrollar un cuestionario que permita recolectar información confiable y válida al momento de llevar a cabo la investigación. Esta se aplicará a distintos usuarios del Metro, los cuales serán entrevistados de forma aleatoria.

4.7 Definición de Variables

- Percepción

Definición Conceptual: Así pues, la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones³⁷.

³⁷ Extraído de www.um.es (Documento de trabajo Docente de la Universidad de Murcia, España).

- Responsabilidad Social Empresarial

Definición Conceptual: Entendemos la RSE como La operación empresarial compatible con el desarrollo integral de las personas, comunidades y el uso sustentable del medio ambiente, que complementa la visión de negocios con los valores éticos de la sociedad.³⁸

- Definición Operacional:

La atribución de significado que los usuarios de Metro de Santiago, le dan a las características de RSE, de acuerdo a una determinada escala de valores.

4.7.1 Hipótesis

Mediante la aplicación del instrumento de investigación, se pretende conocer y analizar la percepción de los usuarios de Metro de Santiago respecto al nivel de RSE, que según algunos estudios tendría la empresa.

³⁸ Elaboración Propia.

En cuanto a las preguntas a realizar, y generando una hipótesis de los resultados a obtener, en general se espera que un porcentaje menor de la población conozca el concepto de RSE, y que este conocimiento esté relacionado en forma ascendente con el nivel educacional y socioeconómico del entrevistado.

Respecto a la evaluación de Metro de Santiago como una empresa Socialmente Responsable, se espera que los entrevistados entreguen una respuesta en el sentido de lo positivo de la empresa.

Finalmente en términos medioambientales, creemos que la opinión de los entrevistados será favorable, en cuanto Metro de Santiago es un servicio que utiliza energía no contaminante para su funcionamiento.

4.8 Análisis de datos

A continuación se entregan los resultados obtenidos en la encuesta sobre Responsabilidad Social en las Empresas realizada a una muestra de 140 usuarios de Metro de Santiago los cuales fueron encuestados de manera aleatoria en las mismas estaciones de servicio de Metro de Santiago.

La selección de la unidad de análisis determinada por los investigadores fue; Usuarios de Metro, sin ningún otro criterio para filtrar la muestra, con el fin **de obtener una mirada general respecto al nivel de conocimientos que el común de la población maneja sobre la Responsabilidad Social Empresarial**. Considerando esto, el Instrumento de Investigación fue diseñado con el objeto de que cualquier usuario de Metro de Santiago fuera capaz de contestar la encuesta, independientemente del nivel socioeconómico, educacional o de conocimientos previos que este tuviera respecto al tema investigado.

De esta forma, durante la aplicación del Instrumento, el encuestador fue guiando el cuestionario de acuerdo a las respuestas del mismo entrevistado, lo cual implica que no todas las preguntas son realizadas a la totalidad de la muestra.

- Tipo de Muestreo: Aleatorio simple.
- Muestra: la muestra esta compuesta por 140 personas, que utilizan Metro de Santiago.
- Alcance temporal: Durante los meses de mayo y junio de 2008.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta.

- Tipo de preguntas: abiertas y cerradas.
- Método de Aplicación del instrumento: presencial.
- Periodo de Aplicación: 26 de mayo al 13 de junio de 2008.
- Lugar de Aplicación: Estación Moneda, Estación Central, Las Rejas, San Joaquín, Bellavista de la Florida, Ecuador, San Pablo, Escuela Militar, Pajaritos, Baquedano, Protectora de La Infancia.

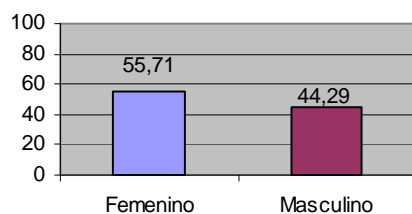
4.8.1 Caracterización de la Muestra

- Distribución de la muestra según sexo:

Femenino: 55,71%

Masculino: 44,29%

Tabla N°1



- Distribución de la muestra según edad:

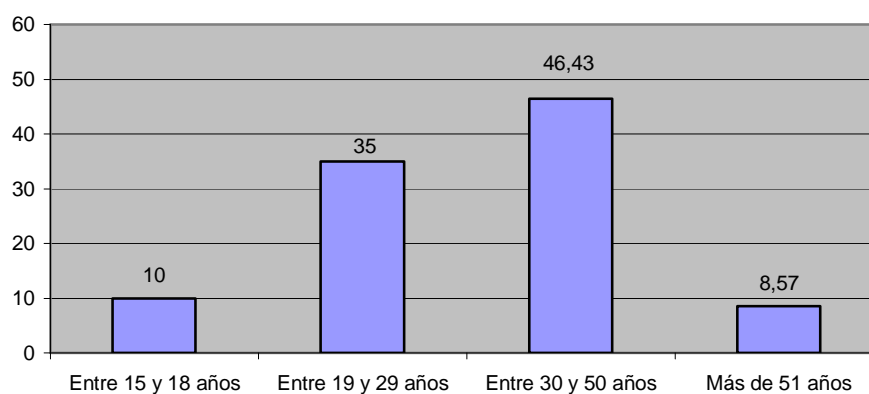
Entre 15 y 18 años: 10%

Entre 19 y 29 años: 35%

Entre 30 y 50 años: 46.43%

Más de 51 años: 8.57%

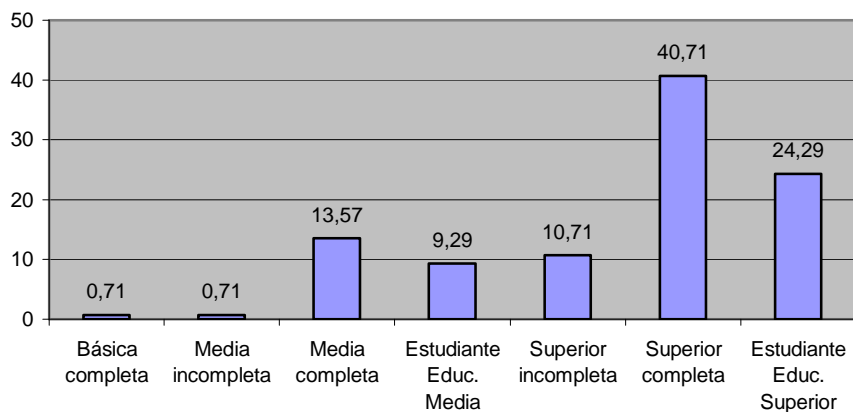
Tabla N°2



- Distribución de la muestra según nivel educacional:

Sin Estudios	00,00%
Educación Básica incompleta	00,00%
Educación Básica completa	00,71%
Estudiante de Educación Básica	00,00%
Educación Media incompleta	00,71%
Educación Media completa	13,57%
Estudiante de Educación Media	09,29%
Educación Superior incompleta	10,71%
Educación Superior completa	40,71%
Estudiante de Educación Superior	24,29%

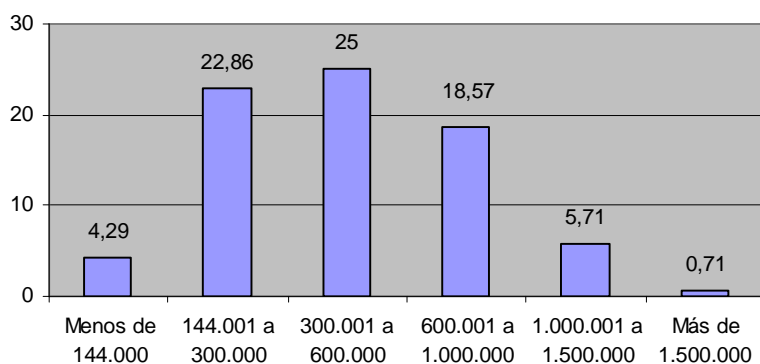
Tabla N°3



- Distribución de la muestra según ingreso mensual:

Menos de 144.000	04,29%
Entre 144.001 y 300.000	22,86%
Entre 300.001 y 600.000	25,00%
Entre 600.001 y 1.000.000	18,57%
Entre 1.000.001 y 1.500.000	05,71%
Más de 1.500.000	00,71%

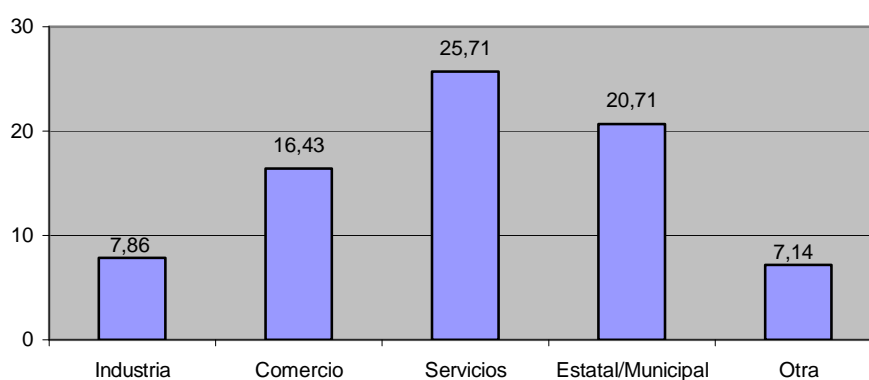
Tabla N°4



- Distribución de la muestra, según sector en el cual se clasifica el trabajo que realiza el entrevistado:

Industria	07,86%
Comercio	16,43%
Servicios	25,71%
Estatal/Municipal	20,71%
Otra	07,14%

Tabla N°5

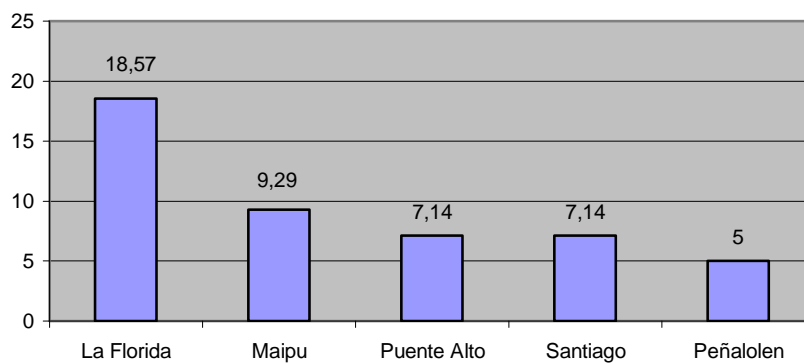


- Distribución de la Muestra según comuna de residencia:

En la muestra, se entrevistó a personas de 38 comunas diferentes, resultando como las más frecuentes las que se detallan a continuación:

La Florida	18,57
Maipú	09,29
Puente Alto	07,14
Santiago	07,14
Peñalolen	05,00

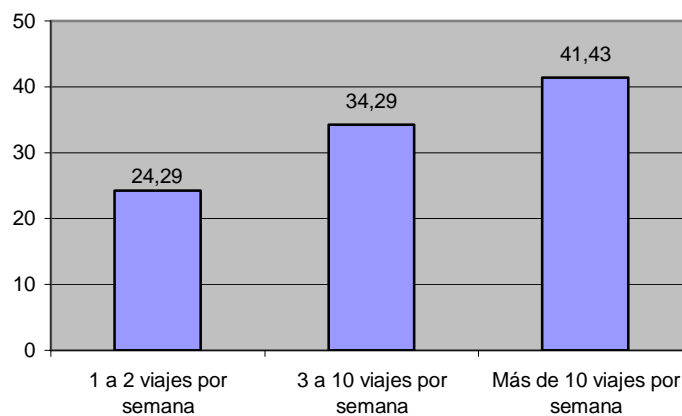
Tabla N°6



- Distribución de la muestra según frecuencia de viajes:

Entre 1 y 2 viajes por semana	24,29%
Entre 3 y 10 viajes por semana	34,29%
Más de 10 viajes por semana	41,43%

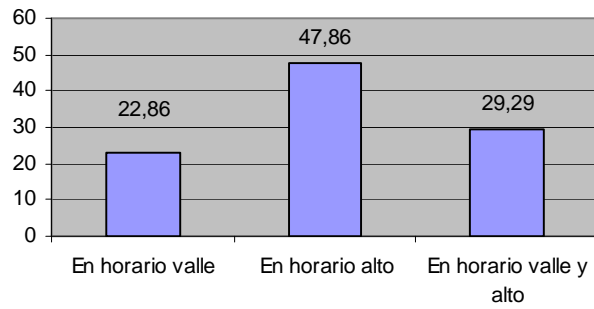
Tabla N°7



- Distribución de la muestra según horario de viajes:

En horario valle	22,86%
En horario alto	47,86%
En horario valle y en horario alto	29,29%

Tabla N°8

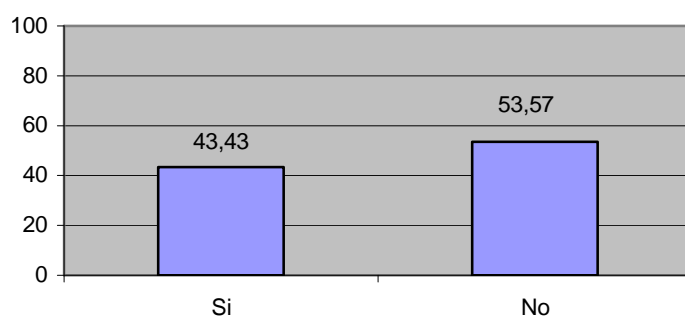


4.8.2 Análisis de Resultados

A continuación se analizan los principales resultados obtenidos de la aplicación del Instrumento de Investigación:

¿CONOCE EL TÉRMINO “RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS”?

Tabla N°9



Cabe destacar que esta pregunta está orientada solamente a indicar si en opinión del propio entrevistado se conoce el concepto RSE. Por lo tanto, no se mide si efectivamente maneja una definición teóricamente correcta del término, ya que esto será abordado más adelante.

Si revisamos como está compuesto el grupo de personas que dice conocer el término RSE, obtenemos que:

- Genero: El 59,68% corresponde a hombres mientras que 35,90% esta compuesto por mujeres
- Edad: el 53,85% corresponde a personas de 30 a 50 años, seguido por el 26,15% que corresponde a personas entre 19 y 29 años.³⁹
- Nivel educacional: el 49,23% esta compuesto por personas que alcanzaron la Educación Superior Completa, seguido por el 24,62% que corresponde a Estudiantes de Educación Superior.
- Nivel de ingresos: El 56,92% corresponde a personas que tienen un ingreso mensual entre \$300.000 y \$1.000.000.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de este estudio, se puede observar que en la medida que el nivel educacional y de ingresos disminuye, de igual forma descende la cantidad de personas que señalan conocer el término, mientras que a mayor nivel educacional y de ingresos el número aumenta.

³⁹ Cabe destacar que el 46,43% del total de los entrevistados se encuentra entre los 30 y 50 años de edad.

Sin embargo, a pesar de los datos obtenidos, cabe destacar que en ningún caso se observa una clara mayoría que permita afirmar que en personas de mayor nivel de educación-ingresos el tema sea ampliamente conocido, sino que solamente se observa un aumento marginal en la cantidad de personas que dicen conocer sobre el tema. El aumento se puede ver en comparación de los niveles con menor educación y menor ingreso frente a los que tiene más educación e ingresos, pero en ambos casos son porcentajes bajos.

Por lo tanto, si diseñamos un perfil de las personas que dicen tener conocimientos sobre la Responsabilidad Social en las Empresas, estas tendrían las siguientes características:

- Hombres, entre 30 y 50 años de edad con un alto nivel educacional (ya sea con estudios Universitarios completos o estudiante de educación superior) y con un ingreso mensual que va desde los \$300.000 a \$1.000.000.

DESCRIPCIÓN DEL TÉRMINO “RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS”

Con el fin de dilucidar cual es el real nivel de conocimientos acerca de la RSE, se pide al entrevistado describir el término “Responsabilidad Social en las Empresas” a través de una pregunta abierta, obteniendo como resultado los siguientes porcentajes por temas⁴⁰:

- Importancia que la empresa otorga a la relación con sus trabajadores: 33,57%.
- Aporte de la empresa a la sociedad en la cual está inserta: 26,43%.
- Cuidado del medio ambiente: 15,71%.
- Importancia que la empresa entrega a sus clientes: 11,43%.

Además de estos 4 temas, se repiten, aunque con menor frecuencia, conceptos tales como:

- Preocupación por el entorno de la empresa.
- Aporte que la empresa entrega al desarrollo del país.
- Estrategia de la empresa.
- La aplicación de la RSE se encuentra implícita en la actividad empresarial.

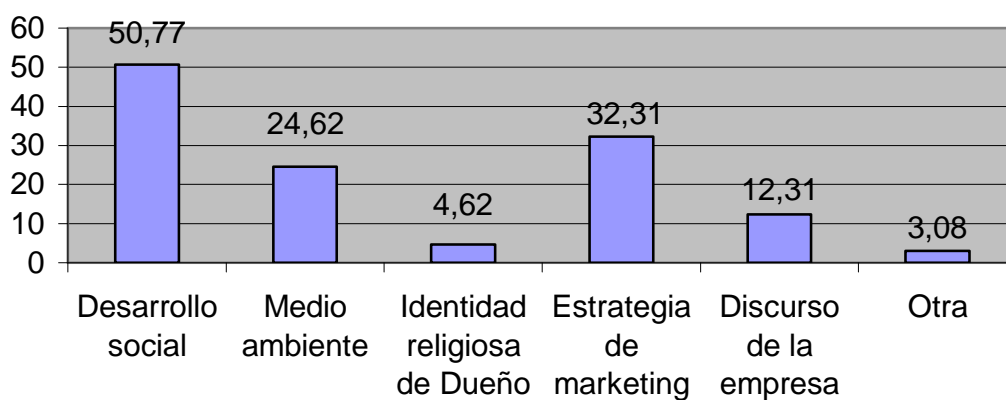
⁴⁰ Los resultados obtenidos en esta pregunta superan el 100% de la muestra, ya que cada entrevistado nombró uno o más temas.

MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE INCORPORAN RSE.

Respecto a la motivación de las empresas para incorporar la Responsabilidad Social dentro de sus políticas, el resultado del instrumento arroja lo siguiente:

Contribuir al desarrollo social	50,77%
Conservación del medio ambiente	24,62%
Identidad religiosa de los Dueños de la empresa	04,62%
Estrategia de marketing	32,31%
Discurso de la empresa hacia sus clientes	12,31%
Otra	03,08%

Tabla N°10



Entendiendo que la alternativa 1 y 2, son las que más representan el real significado del concepto observamos que un 75,38% de los entrevistados contestaron correctamente. Mientras que las alternativas 3, 4 y 5 que se asocian más a antiguas

ideas de filantropía o una concepción errónea de RSE, son nombradas por el 49,23% de los entrevistados⁴¹. Esto luego de haber leído una definición dada por los encuestadores lo que permite a los entrevistados crear una relación desde la definición entregada, y también permite que ellos puedan generar a partir de este concepto la percepción que puedan tener con respecto al accionar de las empresas en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Estos resultados nos permiten reafirmar que se tienen ideas parciales del real significado de la RSE, ya que como revisamos en la pregunta anterior, los entrevistados no son capaces de conceptualizarlo correctamente, pero al entregar alternativas de respuesta, lo asocian al menos a una de sus ideas centrales.

En tanto, en el resultado de las ideas que no corresponden a ideas centrales de RSE, se puede observar que aun se considera por un amplio sector que solo se trata de una estrategia de marketing, identidad religiosa, beneficencia o solo un discurso empresarial. Esto pone de manifiesto que la RSE no es un tema país, y que por lo tanto, no es ampliamente presentado por medios de comunicación masivo, si no más bien por especialistas o espacios reducidos de difusión.

⁴¹ Los resultados obtenidos en esta pregunta superan el 100% de la muestra, ya que cada entrevistado seleccionó más de una alternativa.

PRÁCTICAS DE UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE.

A través de una pregunta cerrada se consulta a los entrevistados, cuales son las prácticas que identifican claramente a una Empresa Socialmente Responsable, obteniendo los siguientes resultados⁴²:

Desarrollar un plan de negocios que respete las leyes laborales y proteja el medio ambiente	77,14%
Contribuir económicamente a fundaciones de auxilio social	07,14%
Ayudar a instituciones religiosas para la construcción de parroquias y hogares de niños	03,57%
Apoyar económicamente a instituciones para la protección de la fauna y medio ambiente	07,14%
Entregar productos de primera necesidad a familias de escasos recursos	12,14%

Considerando que la respuesta más cercana al real significado y alcances de la Responsabilidad Social Empresarial, es la primera alternativa de la tabla, podemos señalar que el 77,14% de los entrevistados respondió en forma adecuada.

Después de realizar esta pregunta a la totalidad de la muestra (incluidos aquellos que dijeron no conocer el termino RSE), podemos afirmar que la mayoría de los

⁴² Esta pregunta fue realizada a la totalidad de los entrevistados luego de entregar una definición del concepto de RSE. De esta forma, es posible realizar la pregunta a aquellas personas que no tenían conocimientos previos del tema de estudio.

entrevistados son capaces de relacionar correctamente el término, después de escuchar una definición estándar de su significado.

Esto es relevante en cuanto nos permite observar como a medida que la encuesta avanza, las personas se relacionan rápidamente con los conceptos expuestos, lo que nos permite entender que si bien el tema es poco conocido, es de rápida asimilación por parte de los entrevistados.

Si revisamos como está compuesto el grupo de personas que contestó correctamente esta pregunta, obtenemos lo siguiente:

- Genero: el 50,92% corresponde a mujeres, mientras el 49,07% esta compuesto por hombres.
- Edad: el 51,85% corresponde a personas de 30 a 50 años, seguido por el 28,70% que corresponde a personas entre 19 y 29 años.⁴³
- Nivel educacional: el 46,30% esta compuesto por personas que alcanzaron la Educación Superior Completa, seguido por el 22,22% que corresponde a Estudiantes de Educación Superior.
- Nivel de ingresos: El 56,92% corresponde a personas que tienen un ingreso mensual entre \$300.000 y \$1.000.000.

⁴³ Cabe destacar que el 46,43% del total de los entrevistados se encuentra entre los 30 y 50 años de edad, por lo tanto, no refleja necesariamente un mayor conocimiento de este grupo.

Respecto a la característica Educacional, se puede observar que a mayor nivel educacional, es mayor el porcentaje de entrevistados que conoce o relaciona correctamente el término. Lo que permite suponer, que la experiencia de estudiar en niveles superiores, es algo que determina de forma relevante el conocimiento sobre este tema ya que como dijimos anteriormente el tema en Chile es más bien tratado en grupos académicos y en ambientes laborales. Igualmente, en el componente etéreo, coincide con que estos dos grupos son los más relacionados con el mundo laboral y académico.

EMPRESAS CONSIDERADAS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN CHILE

Mediante una pregunta abierta se consulta a los entrevistados si conocen alguna empresa que aplique responsabilidad social, la cual arroja como resultado que la única empresa que se repite con una frecuencia medianamente relevante es **Codelco** (10 veces). Mientras que la empresa Metro de Santiago es nombrado en solo 2 ocasiones. Esto puede decir que Codelco se destaca en términos de la percepción de las personas sobre las políticas y prácticas que dicha empresa estatal aplica.

Desde el punto de vista de los investigadores, era previsible que Codelco u otras empresas mineras pudiesen aparecer debido a que este rubro es bastante visible en el quehacer nacional, particularmente por su capacidad de generar riquezas para el país.

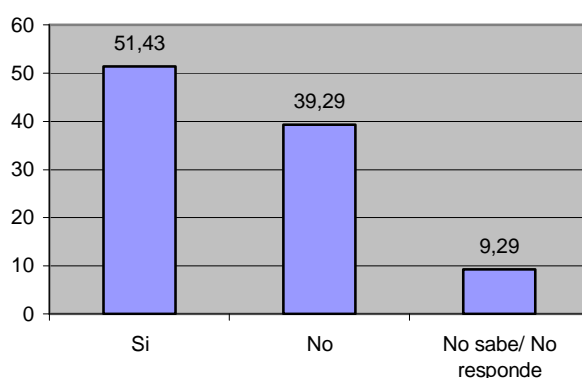
Por otro lado, esperábamos que Metro tuviese mayor presencia en las respuestas a esta pregunta, por sus destacadas características en cuanto a eficiencia e importancia en materia de transporte en la capital.

Creemos que la implementación de Transantiago puede ser un importante factor al momento de determinar esto, ya que se ha podido observar un importante malestar público por las molestias o dificultades que ha tenido producto de la implementación del nuevo sistema de transporte público de Santiago.

Luego, se les pregunta directamente si consideran que la empresa Metro de Santiago es socialmente responsable, obteniendo los siguientes resultados:

Si	51,43%
No	39,29%
No sabe/No responde	09,29%

Tabla N°11



Estas respuestas nos indican que poco más de la mitad de los entrevistados considera que Metro es socialmente responsable, lo que permite observar que pese a la implementación de Transantiago, y a lo que podríamos suponer, en general no es mal evaluado. Esto puede ser influenciado, por el gran uso que tiene Metro de Santiago, ya que es una gran cantidad de personas las que lo utilizan, y además pese a la implementación del Transantiago, el servicio en general ha funcionado normalmente, solo se pueden señalar las grades aglomeraciones especialmente en horas punta, pero fue una alternativa real ante el colapso que presentó el sistema de buses en sus inicios y su lento proceso de mejoras.

Esta medición se puede relacionar con la aparición de Metro de Santiago como una empresa Socialmente Responsable en forma espontánea, en la anterior pregunta, ya que si bien solo aparece dos veces, frente a la pregunta cerrada de si considera a la empresa como Socialmente Responsable esta supera el 50% de aceptación lo que nos indica de que las personas si bien no la relacionan directamente, si la consideran cuando la opción es caracterizarla.

Para complementar esta información, se pide a las personas entrevistadas que evalúen en una escala de 1 a 7, donde 1 es el mínimo y 7 el máximo, los siguientes aspectos de la operación de Metro.

Desarrollo integral de los trabajadores y su entorno familiar:

1	04,29%
2	02,14%
3	07,86%
4	21,43%
5	37,86%
6	15,00%
7	04,29%

En esta opción, la mayor concentración de respuestas, se da entre la alternativa 4 y 5, las que suman casi un 60% de las respuestas, es decir, que en este punto se observa a Metro con una gestión suficiente o buena. En tanto la opción buena o muy buena (6 o 7) es superior a la mala o muy mala representada por las opciones 1,2 y 3. Esto indicaría que la empresa otorga un ambiente laboral y beneficios a sus trabajadores que solo se consideran suficientes, y creemos que es influenciado por el nivel de ingresos que obtienen los trabajadores contratados a través de empresas subcontratistas de Metro de Santiago.

Al consultar sobre el Aporte que la empresa realiza al desarrollo del país los resultados arrojan lo siguiente:

1	00,00%
2	00,00%
3	02,86%
4	10,00%
5	26,43%
6	32,86%
7	27,86%

Ahora observamos en primer lugar, que las opciones sobre una visión negativa sobre este punto, es casi nula, ya que alcanza solo un 2,86%, y la opción de buena o muy buena que agrupa a las tres mejores evaluaciones, consideran casi el 88% de las respuestas. Esta es la opción mejor evaluada de todas, pues en general se valora muchísimo el aporte de Metro como un servicio de transporte público de buena calidad para la capital, lo que supone un buen funcionamiento del servicio, o bien, una alternativa única a los problemas de implementación de Transantiago (o ambas alternativas). También podemos señalar que esta percepción puede ser por la suma de servicios que Metro de Santiago ofrece como medio de transporte, pero también en el ámbito social y cultural.

En la opción sobre uso sustentable de los recursos naturales, no fue la mejor evaluada como suponíamos, ya que la gran cantidad de energía que utiliza Metro en su operación, al parecer fue clave al contestar esta pregunta:

1	02,86%
2	02,86%
3	07,86%
4	20,00%
5	27,14%
6	23,57%
7	12,86%

En este caso no observamos mayorías claras o absolutas, si no más bien una distribución que va desde lo muy malo hasta lo muy bueno en forma más bien parcelada.

5. CONCLUSION.

A lo largo de esta investigación se puede observar la evolución que ha tenido en el tiempo la Responsabilidad Social Empresarial, desde sus inicios como una extensión filantrópica de ciertos empresarios que motivados por valores éticos o religiosos, auxiliaban a personas desposeídas con bienes materiales, llegando incluso a establecerse relaciones de dependencia, pasando a un concepto más actual, donde la RSE es aplicada como una política integral en el marco de la actividad empresarial moderna, entendiendo la RSE como un valor agregado del producto o la actividad empresarial.

Todo este proceso en la actualidad nos encamina a desafíos como generar normas o regulaciones que permitan estandarizar la RSE a nivel global, y es ahí donde emerge hoy la ISO 26000, como una proyección confiable para la gestión y aplicación de la RSE en los distintos países y sus distintas empresas y organizaciones.

En tanto, podemos observar que el desarrollo del concepto ha sido acelerado y avasallador, al apropiarse de amplios aspectos de la vida empresarial y social, apoyado por el importante espacio que ocupa en la actualidad la temática social-ambiental.

Por lo tanto, ya no solamente se requieren buenos productos o servicios, si no que además cobra relevancia las condiciones en que se obtienen considerando términos laborales, Sociales y ambientales. Estos procesos han sido apoyados fuertemente por organismos internacionales tales como la ONU, que a través de mecanismos como el Pacto Global, han aportado decididamente en convertir a la RSE en una política internacional de primer nivel como alternativa de desarrollo sustentable en los desafíos del futuro.

Es en este marco donde hoy se desarrolla y avanza en el estudio de la RSE, por ejemplo en la construcción de la denominada norma ISO para la Responsabilidad Social, que pretende ser usada como un punto de referencia para las acciones empresariales, gubernamentales, etc.

En el desarrollo de esta referencia global de calidad y sustentabilidad se enmarca el estudio de caso en Metro de Santiago, al ser esta una empresa pública que presta un importante servicio de transporte para la comunidad del Área Metropolitana en nuestro País.

Poder medir o establecer una relación entre la percepción de los usuarios y las políticas que la empresa desarrolla, permite entonces observar qué sucede en un país como Chile que aun no entra de lleno al escenario global en materia de calidad y responsabilidad, con respecto a la aplicación de ciertas políticas en el quehacer cotidiano de las grandes empresas y principalmente en la satisfacción de sus clientes y el impacto social-ambiental de sus operaciones.

Es en este tema donde el estudio nos entrega importantes aportes al medir la percepción de los usuarios de Metro de Santiago, los cuales arrojan como resultado que, en general, existe poco conocimiento sobre la RSE. A pesar de que se podría suponer que el tema en cuestión es más conocido de lo que se indica en este estudio (debido a que el nombre del concepto en si mismo puede llevar a construir una idea de su significado), podemos afirmar que el concepto teórico y los alcances de la Responsabilidad Social Empresarial son escasamente conocidos y más bien se tienen ideas difusas o muy parciales de su real significado.

En cuanto a la evaluación de la empresa Metro de Santiago, se puede observar que sus operaciones son bien percibidas en general, aunque existen ciertos puntos críticos en temas como la subcontratación de ciertos servicios, y alto consumo energético, lo que era una variable que no imaginábamos dentro de las más importantes puesto que solo observábamos la variable de la contaminación, y no la del uso de energía, ya que en general los usuarios perciben que la operación de la empresa Metro de Santiago

consume un gran nivel de energía, y creemos que esto está influenciado por la fuerte campaña mediática para el ahorro de energía eléctrica en Chile

Los entrevistados asocian a la empresa con un buen nivel de responsabilidad social al relacionar de forma positiva sus prácticas con aquellos componentes básicos de la teoría de la RSE.

Creemos que esto se debe a que la empresa se constituye como el eje central del transporte público de Santiago, y también porque pese a que en el último tiempo ha visto duplicar la cantidad de personas que transporta, ha logrado mantener ciertos niveles de servicio que lo caracterizan como un medio de transporte seguro, limpio y rápido, sumado a que se asocia el desarrollo de un territorio cuando Metro de Santiago llega con sus servicios a ese lugar, mejorando la infraestructura en el espacio colindante lo que permite un mayor desarrollo de otras actividades comerciales, sociales, recreacionales, etc., como fundamento del servicio a sus clientes.

Al observar finalmente que la percepción sobre el aporte de Metro al desarrollo es muy positivo (88%), podemos responder al Objetivo y pregunta de esta investigación, que Metro es percibido por sus usuarios como una empresa socialmente responsable.

6. BIBLIOGRAFIA

- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2000). “La Empresa y la Responsabilidad Social, primeros Pasos”
- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2001). “Acercando la Empresa hacia la Comunidad”
- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2001). “Indicadores Acción Empresarial”
- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2002). “Marketing responsable, marcas con sentido Social”, Guía práctica para Empresas.
- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2002). “Reporte Social Empresarial” Guía practica para el Reporte Social Medioambiental de las Empresas”
- ACCIÓN EMPRESARIAL. (2003). “El ABC de la RSE en Chile y el Mundo”
- ACCIÓN RSE Y CASA DE LA PAZ. (2005). “Situación de la RSE en Latinoamérica”, Hacia un Desarrollo Sustentable.
- CARNEGIE. (1993). “The Gospel of Wealth”, Essay of Philanthropy, Indiana University.
- CMPC. (2000). “Tradición y futuro, 80 años de una gran Empresa”
- CORTINA. (1994). “Ética de la Empresa, Claves para Una Nueva Cultura empresarial”

- COX. (1999). “La Responsabilidad Social Corporativa como aporte a la Ética y Probidad Pública”.
- DE LA CUESTA. (2003). “Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, Medición y Desarrollo en España”.
- FUNDACIÓN PROHUMANA. (2002). “Los Chilenos Opinan: RSE de las Empresas. Análisis de la Encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa”.
- FUNDACIÓN PROHUMANA. (2006). “Ranking de RSE, las Empresas más Responsables en Chile 2006”.
- INSTITUTO LIBERTAD Y DESARROLLO – CIEDES. (2000). “El aporte privado al Desarrollo Social en Chile”
- LOSANO. (1999). “Ética y Empresa”.
- LLANO. (1988). “La Nueva Sensibilidad”.
- MORRIS, TOM. (1997). “Si Aristóteles Dirigiera General Motors, Un nuevo enfoque Ético de la Vida Empresarial”.
- RSE RED INTERAMERICANA. (2005). “Situación de la RSE en Latinoamérica, hacia un Desarrollo Sustentable”.
- ROITTER. (1996). “La Razón de las Empresas. Una investigación sobre los vínculos entre Empresa y sociedad en Argentina”.
- SOLEDAD TEIXIDÓ, REINALINA CHAVARRI. (2000). “Filantropía y Responsabilidad Social en Chile”

- SOLEDAD TEIXIDÓ. (2001). “ La Responsabilidad Social en Chile: Innovación y Desafíos”
- SOLEDAD TEIXIDÓ, REINALINA CHAVARRI, ANDREA CASTRO. (2002). “RSE en Chile, Perspectivas para una Matriz de Análisis”
- SOLEDAD TEIXIDÓ, REINALINA CHAVARRI, ANDREA CASTRO. (2002). “Estudio de Casos Responsabilidad Social: Doce Casos Empresariales en Chile”
- THOMPSON. (1998). “Una Visión Sistémica sobre la Responsabilidad Social Empresaria: Notas sobre una Conferencia”.
- TORO, OL. (1997). “Rentabilidad Empresarial y Responsabilidad Social: De la teoría a la Practica”
- VERGAS NIELLO, JOSE. (2006). “Responsabilidad Social Empresarial desde la Perspectiva de los Consumidores”. CEPAL.
- VINCULAR. (2003). “Responsabilidad Social Empresarial, Reporte Global de Instituciones de Referencia”

Adicionalmente, fueron consultados los siguientes sitios web:

- www.Metrodesantiago.cl
- www.Encarta2008.com
- www.transmilenio.gov.co
- www.vincular.cl
- www.accionrse.cl
- www.prohumana.cl
- www.isoconsultores.cl
- www.pactoglobal.cl
- www.cepal.cl
- www.um.es

7. ANEXOS

7.1 Metro de Santiago

⁴⁴ La preocupación de que Santiago cuente con un medio masivo de transporte surge en la segunda mitad del siglo XX, cuando las autoridades toman conciencia del crecimiento geográfico y densificación de la ciudad. Entonces, la mirada se dirigió hacia otras grandes ciudades del mundo que experimentaron problemas de congestión vial similares y donde, antes que en Santiago, una de las soluciones más recurridas y aceptadas fue la de un transporte subterráneo.

La Empresa de Transporte de Pasajeros Metro S.A. es una Sociedad Anónima desde enero de 1989, cuyos accionistas son la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, con 72,56 % y el Fisco de Chile con 27,44 %. Es la continuadora legal de la ex Dirección General de Metro del Ministerio de Obras Públicas creada en 1974 por Decreto Ley N° 257. Está inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros con el N° 0421, por lo tanto se encuentra bajo la fiscalización de dicha Superintendencia.

⁴⁴ Extraído de www.metrodesantiago.cl

Actualmente el Directorio de Metro se encuentra constituido de la siguiente manera:

Clemente Pérez Errázuriz	Presidente del Directorio
Carlos Mladinic Alonso	Vicepresidente
David Duarte Arancibia	Director
Vicente Pardo Díaz	Director
Iván Valenzuela Rabí	Director
Andrés Gómez-Lobo Echenique	Director
Sonia Tschorne Berestesck	Director

Clemente Pérez Errázuriz, abogado y militante de la Democracia Cristiana, cuenta con basta experiencia en el desarrollo de políticas públicas. A lo largo de su trayectoria, ha sido Director de la CONAMA (1996), Director de la subsecretaría de Obras Públicas (2005). Ha sido consultor en el Banco Mundial y en el BID, además de integrar importantes estudios de abogados y participar en el portal Sustentable.cl, dedicado al medioambiente. Finalmente en mayo del 2007, asume la presidencia del Directorio de Metro de Santiago, en un momento crítico para la empresa, debido a la implementación del plan Transantiago, puesto que esta Institución se convierte en el eje articulador del plan de reforma al sistema de transporte público.

La Administración de Metro de Santiago se constituye de la siguiente manera:

Camila Merino Catalán	Gerente General
Gonzalo Morales Moreno	Fiscal
Hernán Vega Molina	Gerente de Administración de Finanzas
Álvaro Caballero Rey	Gerente Comercial y Servicio al Cliente
Víctor Morales Vega	Gerente de Desarrollo y Proyectos
Pedro Sabatini Downey	Gerente de Desarrollo Sustentable
Roland Zamora Vega	Gerente Planificación y Control de Gestión
Jorge Cornejo Pizarro	Gerente de Mantenimiento
Jaime Adasme Araya	Gerente de Operaciones
Francisco Saumann Molina	Gerente de Recursos Humanos
Victor Maillard González	Contralor

Metro de Santiago se posiciona como una empresa líder en el transporte de la capital, es por ello que se desarrollan líneas de Metro rápidamente, desde el primer tramo entre la estación San Pablo y la Moneda en 1975, hasta la próxima inauguración del

tramo hasta Maipú el cuarto trimestre del año 2009, desarrollando de esta forma una extensa red de ferrocarril para la ciudad de Santiago, que transporta a más de dos millones doscientos mil pasajeros diarios⁴⁵, llegando a transformarse en la columna vertebral del sistema de transporte público de la capital (Transantiago), que surge con el objetivo de modernizar y así convertirlo en un factor clave en la mejora de la calidad de vida de los Santiaguinos.

7.1.1 Tarifas y métodos de pago

El horario de funcionamiento de Metro de Santiago es de 6:00 a 23:00 de lunes a viernes, 6:30 a 23:00 los días sábado y de 8:00 a 23:00 durante el domingo y días festivos, estos horarios se dividen en horario punta, valle y bajo, lo que además determina la tarifa de viaje.

- El horario punta, que tiene un costo de \$460, se extiende de lunes a viernes entre las 7:00 y 8:59 y entre las 18:00 y 19:59.
- El horario valle, tiene un costo de \$400 y se aplica de lunes a viernes en los horarios de 6:30 a 6:59, además entre 9:00 y 18:00 y entre las 20:00 y 20:44 y los días sábados, domingos y festivos.
- El horario Bajo, tiene un coste de \$380, y se aplica de lunes a viernes en los horarios de 6:00 a 6:29 y de 20:45 a 23:00.

⁴⁵ Extraído de www.metrodesantiago.cl, Organización

En la actualidad, existen dos medios de pago para el uso del servicio del Metro de Santiago: Boletos que se obtienen en la Boleterías que se encuentran en todas las estaciones y la tarjeta inteligente Bip que permite la utilización de un sistema de tarifa integrada al usar Transantiago.

Existe un sistema de beneficios tarifarios para estudiantes. Para la Educación Básica el acceso es gratuito mientras que para los estudiantes de educación Media y Superior, tiene un costo de \$130 en todo horario.

Las personas mayores de 65 años, pueden optar al beneficio de Boleto Adulto Mayor, el cual tiene un costo de \$130, y su uso está permitido de lunes a viernes entre las 9:30 y las 17:30 y durante todo el día en los días sábados, domingos y festivos, con la restricción de un máximo de dos viajes diarios.

Pero es necesario mencionar que además de estos beneficios tarifarios para sectores específicos, el valor de Metro es un valor reducido en el sentido del servicio prestado, aun más al combinar sus operaciones con el sistema de transporte Transantiago, donde una persona puede utilizar varios sistemas de transporte (incluyendo a Metro de Santiago) sin tener que pagar más que un pasaje, lo que es una muestra del compromiso social en el sentido del acceso de la empresa con los usuarios a través de una política estatal para el transporte público.

7.2 Normas internacionales ISO

Las normas internacionales ISO 9000 son una serie de normas que representan el consenso universal sobre metodología de la Gestión de la Calidad de las empresas, con el fin de implantar sistemas de la calidad y mejora continua. No solamente dan una base sobre la cual una empresa puede alcanzar la excelencia, sino también son una referencia para que los usuarios puedan diferenciar las empresas según la atención que prestan a la calidad de sus servicios.

Estas normas internacionales establecen un lenguaje común y dan los lineamientos a la dirección de la empresa para implantar un sistema de calidad que le de confianza a ella y a sus clientes, permitiéndole al mismo tiempo alcanzar el éxito, ya que representan el consenso universal de los especialistas del mundo entero sobre el tema. En otras palabras, estas normas resumen y condensan las más variadas filosofías y herramientas que han probado ser útiles para llevar a cabo la Gestión y Mejoramiento de la Calidad.

Desde su aparición se ha producido en el mundo un importante auge de la certificación de los sistemas de la calidad de las empresas basados en estas normas internacionales en los distintos sectores de actividad.

Hoy día son más de 500.000 los certificados emitidos en el mundo, a un ritmo de crecimiento del 25% anual.

Implantación de un sistema de gestión de la calidad acorde con las normas internacionales ISO 9000.

Los objetivos de las Normas ISO son:

- Lograr procesos más eficientes.
- Reducir los reprocesos y desperdicios durante la producción y la reparación de defectos luego de ésta, a través de la prevención de errores.
- Lograr una eficiente utilización del personal, equipos y materiales con la consecuente reducción de costos
- Proveer productos y servicios que cumplan consistentemente con los requisitos del cliente, logrando su satisfacción.
- Lograr la imagen y confianza del mercado, aumentando así el valor de sus productos.
- Mejorar la productividad y por lo tanto la competitividad.

7.2.1 Certificación ISO 9000

Esta modalidad tiene como alcance la certificación de una línea de producción de bienes y/o servicios con respecto al Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa, la cual avala que la empresa tiene implantada las prácticas idóneas de calidad de uso mundial, establecidas en las normas de la Serie ISO 9000.

Esta modalidad de certificación permite declarar la conformidad del Sistema de Gestión de la Calidad de una empresa (fabricante de productos o prestadora de servicios) con respecto a los requisitos establecidos en las Normas Venezolanas ISO 9001, 9002 versiones 95 e ISO 9001:2000 (Modelo de Certificación ISO N° 6) logrando, de esta manera, que diferentes tipos de industrias, en diferentes localidades y con Sistemas de Gestión de la Calidad definidos, puedan ser CERTIFICADOS con base a una serie concreta de criterios con miras a fortalecer el grado de confianza en las relaciones cliente-proveedor.

El logotipo de este tipo de certificación no se estampa en productos o empaques ya que pudiera ser interpretado como un certificado de calidad del producto. El logotipo puede ser utilizado en formatos, publicidad, propaganda, catálogos y facsímiles de anuncios, es decir, en toda papelería y literatura publicitaria de la empresa.

7.2.2 Norma internacional ISO 14000 de los sistemas de gestión ambiental.

La preservación del ambiente es de una prioridad absoluta para la sociedad en su conjunto. Del éxito de este empeño depende el futuro de la humanidad, por lo que el desarrollo de una sociedad, basado en el crecimiento de sus actividades, productos y servicios, no debe ser a costa del deterioro que las mismas produzcan en el ambiente, antes bien, deben ser realizadas manteniendo la calidad del mismo y en lo posible mejorándola.

Las empresas muestran creciente preocupación por obtener y demostrar un correcto desempeño ambiental, controlando el impacto de sus actividades, productos o servicios en el medio ambiente.

Este comportamiento se inserta en el contexto de legislaciones cada vez más estrictas, en el desarrollo de políticas económicas destinadas a fomentar la protección del medio ambiente y en una preocupación creciente de las partes interesadas en los temas ambientales, incluyendo el desarrollo sostenible.

En las normas internacionales de la serie ISO 14000 se establecen un conjunto de directrices y lineamientos que orientan en la organización e implantación de los Sistemas de Gestión Ambiental y que dan los criterios para su certificación.

Por qué Implantar un sistema de gestión ambiental acorde con las normas internacionales ISO 14000:

- Porque da responsabilidad en el desarrollo sostenible.
- Porque mejora la eficiencia.
- Porque otorga ventajas competitivas.
- Porque mejora el ambiente interno y externo de la organización.
- Porque reduce la generación de residuos.
- Porque minimiza el consumo de fuentes (energía, agua, etc.).
- Porque favorece la relación entre entes gubernamentales, comunidad y empresa.

7.2.3 Certificación de Sistemas de Gestión Ambiental

La Certificación de Sistemas de Gestión Ambiental es una modalidad de certificación otorgado por FONDONORMA, que surge con el propósito de garantizar que una organización tiene establecida una política y un compromiso para con el ambiente así como el cumplimiento con la legislación ambiental nacional.

Este tipo de Certificación no se estampa sobre el producto y sólo podrá utilizarse en la documentación comercial de la empresa (Cartas, Catálogos, Folletos, etc). La norma ISO 14001: 1996, especifica los requerimientos de un Sistema de Gestión Ambiental que pueden ser objetivamente auditados para propósitos de Certificación y Registro.

La norma en sí no establece requerimientos específicos o absolutos para el desempeño ambiental más allá de la política ambiental de la organización y el compromiso de cumplir con las regulaciones y la legislación aplicable y con el mejoramiento continuo de la Gestión Ambiental propiamente dicho y de sus resultados. Aplicando a aquellos aspectos ambientales que pueden ser controlados por la organización; o sobre los que se pueda esperar que tengan una influencia.

La Certificación ISO 14001 no está orientada, ni incluye requerimientos para los aspectos de gestión de seguridad y salud ocupacional; en otras palabras, el proceso de Certificación y registro ISO 14001 será aplicable sólo a aspectos del Sistema de Gestión Ambiental bajo principios o elementos contenidos en la norma citada.⁴⁶

Es así como ISO, luego de años de generar normas internacionales de calidad, medio ambiente, etc. Comienza el proceso para poder generar una norma internacional que determine orientaciones y certificación para la Responsabilidad Social.

⁴⁶ Extraído de www.isoconsultores.cl

Esto sucede porque la Responsabilidad Social es, cada vez más, un aspecto relevante en las relaciones comerciales y en las relaciones político-económicas entre países. Por un lado, su importancia en las relaciones comerciales puede observarse en los diversos códigos de conducta y normas existentes y que hoy constituyen un requisito en el área del comercio internacional, tales como el Global Compact de Naciones Unidas, el Global Reporting Initiative (GRI) e iniciativas sectoriales tales como el Forestry Stewardship Council (FSC) en el sector forestal. Por otro lado, las cláusulas laborales y ambientales incluidas en los textos de acuerdos de integración económica entregan evidencia de la relevancia de la Responsabilidad Social en las relaciones entre países.

Se inicia así el camino de la normalización de la Responsabilidad Social. Para ello creó un Grupo Asesor Estratégico (SAG, por su sigla en inglés) compuesto por representantes de diversos países y sectores. En julio de 2004, el SAG presentó los resultados de sus análisis y deliberaciones en una conferencia internacional organizada por ISO en Estocolmo, Suecia. En la conferencia participaron más de trescientos representantes de diversos países y sectores (privado, público y sociedad civil). Fruto de los resultados del trabajo del SAG y de las opiniones recogidas en la conferencia, ISO decidió en esa oportunidad seguir adelante con la elaboración de un documento guía (guidance document) para orientar a los interesados en la implementación de prácticas de RS. Si bien se trata de un documento no Certificable, este es un primer paso hacia la normalización internacional en la materia. Es decir, se

tratará de un documento para guiar la implementación de prácticas específicas de responsabilidad social y el cumplimiento por parte de una empresa u organización de las recomendaciones del documento guía, y no será verificado ni dará derecho a un certificado de cumplimiento.

La mayor parte de la Región Latinoamericana, en su enfoque abierto a los mercados internacionales, no se ha restado de este tipo de debates internacionales. Aún así, y como suele ocurrir en el nivel internacional, siendo el caso del accionar de ISO, son los países industrializados los que por lo general lideran las discusiones y los que terminan liderando el debate.

Por otra parte, en la Región existen capacidades y liderazgos notables en los foros internacionales en temas relacionados con la normalización, el medio ambiente y la Responsabilidad Social. En este sentido, existe una oportunidad que no se debe dejar pasar para transmitir posiciones e intereses e influir así en los resultados finales. Hay opiniones encontradas sobre el tema y es importante identificar a los actores del proceso y sus respectivas posiciones. Hasta el momento, y a pesar de que la Responsabilidad Social entre empresas es un fenómeno extremadamente dinámico en varios países de América Latina, el debate no ha aportado muchos resultados en términos de la implementación concreta de normas internacionales. Salvo algunas excepciones, la discusión pública, expresada en publicaciones y conferencias, se ha enfocado más bien en iniciativas locales e iniciativas relacionadas mayoritariamente con la filantropía. De alguna manera, ello puede explicar por qué los debates

internacionales, tales como el proceso de la ISO, son poco conocidos y seguidos por los actores públicos y privados de la Región. Por otro lado, en el ámbito internacional existe coincidencia de opinión en cuanto a que el ejercicio de elaboración de esta norma constituye el único foro internacional donde se estén discutiendo temas relacionados con la RS. Además, se ha valorado la posibilidad de ampliar la participación en esta discusión a través de la inclusión de distintos grupos de interés que se representan a sí mismos, con derecho a voz y voto.

En cuanto al debate que se ha empezado a generar en las dos reuniones internacionales que se han sucedido para la elaboración de la norma (Salvador de Bahía en marzo del 2005 y Bangkok en septiembre del 2005), queda la sensación de que se han evitado los conflictos y se han postergado los temas en los que hay diferencias de opinión.

En síntesis, existen aún desafíos y barreras que se deben superar para asegurar que la norma resultante de este proceso sea aplicable y validada por los distintos grupos de interés. Se ha detectado la necesidad de generar mayores antecedentes para que los actores involucrados en el proceso puedan mejorar su participación y nivel de influencia. Por ejemplo, existe la clara oportunidad de aprovechar la coordinación regional de manera de informar y colaborar entre países y, a la vez, coordinar posiciones comunes cuando esto sea posible.

En la actualidad, el proceso de elaboración de la norma ISO 26000 ya tiene un buen camino recorrido. Lo que hace tres años parecía un fenómeno que no justificaba el involucramiento de una institución de prestigio en la normalización como es ISO, es hoy el escenario para el único foro internacional dedicado al debate sobre la Responsabilidad Social.

Tal como se enuncia anteriormente, en el año 2003, ISO creó para el estudio del tema, un Grupo Asesor Estratégico (SAG) para que estudiara el avance del tema de Responsabilidad Social en el mundo: iniciativas existentes, expectativas de los diferentes actores (uniones sindicales, organizaciones sin fines de lucro, industria, organismos de normalización, entre otros), con el objetivo de guiar a la organización en la toma de decisiones alrededor de la normalización en el tema de RSE.

El Grupo Asesor Estratégico recomendó realizar una conferencia a nivel mundial para discutir el tema y tomar una decisión sobre si la ISO debería trabajar en el tema o no. La conferencia se llevó a cabo en Estocolmo (Suecia) los días 21 y 22 de Junio de 2004.

Durante esta conferencia se presenció un hecho inesperado para los asistentes ya que los países en desarrollo presentaron una posición común de 24 países con la propuesta de que la ISO debe trabajar en actividades relacionadas con RS, pues es reconocido como el organismo de normalización internacional. Asimismo, los países

en desarrollo recalcaron que ello sólo puede desarrollarse con comités espejo locales.⁸ A su vez, el trabajo debe estar alineado con otras normas existentes. La posición de este bloque reforzó además la idea de que la ISO debe trabajar en una guía, sin cerrar la posibilidad de que se transforme en una norma certificable cuando se estime conveniente.

Así, la primera reunión plenaria del Grupo de Trabajo para la elaboración de la norma ISO 26000 (Working Group on Social Responsibility, WGSR, de acuerdo a nomenclatura ISO) se realizó en Salvador de Bahía, Brasil, entre el 7 y el 11 de marzo del 2005. En este primer Un comité espejo local es una instancia que surge del establecimiento de un grupo de trabajo nacional en el que se replica la estructura propuesta por ISO en su grupo de trabajo internacional, de manera de que cada país puede seguir y participar efectivamente del proceso de elaboración de la norma. La coordinación de estos comités espejo está en manos de los organismos normalizadores locales.

En el encuentro quedó en evidencia que el proceso de elaboración de esta norma es nuevo para ISO y que no se ha dimensionado claramente lo que significa ampliar la participación en los grupos de trabajo, tradicionalmente ocupados por normalistas representantes de los países. En este proceso se definió que, de manera de asegurar la legitimidad de la futura guía, se debería tener en cuenta a los distintos actores claves en la RS. Así, se definieron 6 categorías por grupos de interés (en adelante stakeholders) que debieran asegurar que los conceptos, el contexto y alcance de la

norma representen a un amplio espectro de actores claves en la aplicación de la RS. Cabe señalar también que la guía en elaboración espera poder ser aplicada en cualquier organización, no sólo empresas, que es como generalmente se entiende el concepto. De esta manera, los grupos de stakeholders son: trabajadores, consumidores, industria, gobierno, ONG y otros.

En Brasil, 40 Países votaron la nueva propuesta de trabajo (New Work Item Proposal, NWIP, de acuerdo a ISO). Fue aprobada por la mayoría de los países votantes, y se logró el compromiso de trabajo de al menos cinco países. Adicionalmente se nominaron 131 expertos de 31 países participantes. Finalmente participaron más de 260 expertos de 43 países y se contó con la presencia de al menos 24 asociaciones vinculadas al proceso.

En septiembre del 2005 se realizó la segunda reunión plenaria del grupo de trabajo en Bangkok, Tailandia. A pesar de la sensación de que la primera reunión plenaria había sido desorganizada y sus resultados insuficientes, a esta reunión asistieron más países, expertos e instituciones de Liaison que en Brasil. Aunque el ambiente comenzó siendo bastante pesimista en cuanto a las posibilidades de conseguir acuerdos para dar inicio al trabajo concreto de la norma, los resultados finales superaron ampliamente las expectativas.

Ahora se espera que para el año 2009 pueda ser lanzada la norma de RS, para poder orientar y estandarizar la norma a nivel mundial.

Al desarrollar el estudio y observar la idea de estandarizar normas internacionales, debemos mencionar que esta idea provoca cierta incomodidad en el sentido de que la estandarización muchas veces queda como fin ultimo, y los procesos necesarios pasan a ser solo una especie de obligación a cumplir a cualquier precio con el fin de poder certificarse, y muchas veces el proceso natural que debiese ser necesario para lograr resultados de fondo no son tomados y realizados en su totalidad.

Además se puede observar en el caso de los organismos certificadores locales en la mayoría de los casos certifica a las mismas empresas que son las auspiciadoras económicas de su funcionamiento, lo que a lo menos deja una duda sobre que tan ciertas y serias son ese tipo de certificación.

En todo caso es importante señalar que esta ha sido la vía para que la RSE pueda ser más conocida, y permite también que se realicen avances aunque aun marginales, en la materia.

7.3 Cuestionario.

CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS

UNIVERSIDAD
ACADEMIA
DE HUMANISMO CRISTIANO

Encuesta N° _____

Fecha ____/____/ 2008

Nombre _____

Fono _____

1) ¿Cuántas veces por semana utiliza Metro?

Entre 1 y 2 viajes por semana	1
Entre 3 y 10 viajes por semana	2
Más de 10 viajes por semana	3

2) ¿Cual es el tramo que utiliza habitualmente?

3) ¿En que horario utiliza el Metro?

En horario valle	1
En horario alto	2
En horario valle y en horario alto	3

4) ¿Conoce el término “Responsabilidad Social en las empresas”?

Sí	1
No	2

→ Pasar a la pregunta 4.1

4.1. Al escuchar “Responsabilidad Social en las empresas”, ¿Qué es lo primero que viene a su mente?

→ Saltar a Pregunta N°8

5) ¿Podría por favor explicarlo brevemente?

6) ¿Cuál considera que es la motivación de las empresas para incorporar la Responsabilidad Social?

Contribuir al desarrollo social	1
Conservación del medio ambiente	2
Identidad religiosa de los Dueños de la empresa	3
Estrategia de marketing	4
Discurso de la empresa hacia sus clientes	5
Otra	6

7) ¿Conoce alguna empresa que aplique la Responsabilidad Social?

7.1. ¿Cual?

7.2. ¿Por qué considera que aplica la Responsabilidad Social?

--

8) Entendiendo Responsabilidad Social en las Empresas como:

“La operación empresarial compatible con el desarrollo integral de las personas, comunidades y el uso sustentable del medio ambiente, que complementa la visión de negocios con los valores éticos de la sociedad.”

¿Usted considera que la empresa Metro de Santiago responde a esta definición?

Sí	1
No	2
No sabe / No responde	3

9) En una escala de 1 a 7, donde 1 es el mínimo, y 7 el máximo, evalúe a Metro de Santiago en los siguientes aspectos:

9.1. Desarrollo integral de los trabajadores y su entorno familiar:

1	2	3	4	5	6	7

9.2. Aporte que la empresa realiza al desarrollo del País:

1	2	3	4	5	6	7

9.3. Uso sustentable de los Recursos Naturales:

1	2	3	4	5	6	7

10) ¿Señale cual de las siguientes prácticas identifica más claramente a una empresa socialmente responsable?

Desarrollar un plan de negocios que respete las leyes laborales y proteja el medio ambiente	1
Contribuir económicamente a fundaciones de auxilio social	2
Ayudar a instituciones religiosas para la construcción de parroquias y hogares de niños	3
Apoyar económicamente a instituciones para la protección de la fauna y medio ambiente	4
Entregar productos de primera necesidad a familias de escasos recursos	5

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Solo para fines estadísticos le quiero realizar las siguientes preguntas:

11) ¿Cual es su edad?

11.1. Tramo de edad

15-18	1
18-29	2
30-50	3
51 o más	4

12) Sexo

Femenino	1
Masculino	2

13) ¿En que comuna reside?

14) ¿En cual de las siguientes alternativas se encuentra su Ingreso Mensual?

Menos de 144.000	1	} Pasar a pregunta 14.1
Entre 144.001 y 300.000	2	
Entre 300.001 y 600.000	3	
Entre 600.001 y 1.000.000	4	
Entre 1.000.001 y 1.500.000	5	
Más de 1.500.000	6	

14.1. ¿Usted tiene automóvil?

Sí	1	→ Pasar a pregunta 14.2
No	2	

14.2. ¿Usted considera que Metro es su mejor alternativa de transporte?

Sí	1
No	2

15) ¿Cual es su nivel educacional?

Sin Estudios	1
Educación Básica incompleta	2
Educación Básica completa	3
Estudiante de Educación Básica	4
Educación Media incompleta	5

Educación Media completa	6
Estudiante de Educación Media	7
Educación Superior incompleta	8
Educación Superior completa	9
Estudiante de Educación Superior	10

15.1. ¿Cuál es su actividad?

→ Si trabaja pasar a 15.2

15.2. ¿En que sector se clasifica su trabajo?

Industria	1
Comercio	2
Servicios	3
Estatal/Municipal	4
Otra	5

Agradecemos el tiempo dedicado a esta encuesta.

Sus respuestas serán de gran utilidad para nuestro estudio.

Muchas Gracias