

**PLAN DE ACCIÓN ENMARCADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA LA FORMACIÓN E INTEGRACIÓN DE USUARIOS DEL
SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO - TRANSCARIBE EN CULTURA
CIUDADANA**

OMAR CASTRO MORA



**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN GERENCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. & C.**

2015

**PLAN DE ACCIÓN ENMARCADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA LA FORMACIÓN E INTEGRACIÓN DE USUARIOS DEL
SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO - TRANSCARIBE EN CULTURA
CIUDADANA**

OMAR CASTRO MORA

Monografía de Grado para optar el título de Especialista en Gestión Gerencial

ASESOR

Dr. JESÚS PÁJARO GARCÍA



**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN GERENCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. & C.**

2015

NOTA DE ACEPTACION

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Cartagena de Indias D. T. y C. noviembre de 2015

CONTENIDO

	Pág.
0. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	9
0.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA	9
0.2 PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA O PROBLEMA	12
0.3 JUSTIFICACION	13
0.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
0.5 MARCO REFERENCIAL	16
0.6 METODOLOGÍA PROPUESTA	24
0.7 RESULTADOS ESPERADOS	29
0.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	31
CAPÍTULO I. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS POTENCIALES DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO - TRANSCARIBE	32
CAPÍTULO II. RECURSOS REQUERIDOS, DISPONIBLES Y EXISTENTES PARA LA CREACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN QUE PROMUEVA LA FORMACIÓN EN CULTURA CIUDADANA PARA EL USO RESPONSABLE DEL NUEVO SISTEMA DE TRANSPORTE	47
CAPÍTULO III. ESTRATEGIAS FORMATIVAS EN CULTURA CIUDADANA PARA LOS USUARIOS POTENCIALES DEL SISTEMA TRANSCARIBE	57
CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Número de vehículos por familia	33
Gráfico 2. Frecuencia de uso del vehículo privado	34
Gráfico 3. Principales motivos por el cual se utiliza el vehículo privado	34
Gráfico 4. Lugares de preferencia para ir en automóvil	35
Gráfico 5. Sensaciones que produce el conducir en la ciudad	36
Gráfico 6. Uso del transporte público en Cartagena	36
Gráfico 7. Medios de transporte más utilizados	38
Gráfico 8. Tiempo promedio dedicado en trayectos de transporte público	38
Gráfico 9. Tiempo promedio dedicado en la espera de transporte público	38
Gráfico 10. Motivaciones para usar el transporte público	39
Gráfico 11. Percepción situación actual del transporte público	40
Gráfico 12. Percepción de seguridad ciudadana en transporte público	41
Gráfico 13. Medios de transporte público técnicamente más inseguros	42
Gráfico 14. Percepción de la RSE empresas de transporte en Cartagena	43
Gráfico 15. Necesidades de los usuarios frente al nuevo Sistema de transporte masivo	44
Gráfico 16. Expectativas de los usuarios frente al nuevo Sistema de transporte masivo	45
Gráfico 17. Principales problemas del actual sistema de transporte	46

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro No. 1 Marco legal de la Responsabilidad Social Corporativa en Colombia	24

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de beneficios de la RSC del Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.	20
--	----

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Costos de ejecución Campaña Pedagógica de Sensibilización Ciudadana	56

0. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

0.1 Descripción del problema

Hoy por hoy, en Colombia se están implementando Sistemas Integrados de Transporte Masivo (SITM) como política del Gobierno tendiente a solucionar los problemas de operación del transporte público tradicional (buses, busetas, micro-buses, taxis etc.), los cuales, más allá de ser meros sistemas de movilidad, promueven nuevos códigos de conducta basados en valores como la equidad, la solidaridad, el respeto, la responsabilidad hasta convertirse en mecanismos para que la ciudadanía en general se apodere de normas de comportamiento cívico.

Para que esta situación de genere de manera satisfactoria se deben proponer estrategias efectivas que brinden respuesta al impacto que causa el transporte masivo no solo en la sociedad, sino también a otras situaciones inherentes al contexto como son: las tensiones sociales por la resistencia al cambio, el conflicto entre lo moderno y las tradiciones, el incumplimiento constante en cronogramas de obras de infraestructura que pueden generar percepciones negativas en la comunidad.

El crecimiento y la expansión de las áreas urbanas en las principales ciudades Colombianas le han planteado desafíos a los sistemas de transporte masivo. Un Sistema Integrado de Transporte Masivo, está compuesto por una serie de medios de transporte, que actúan conjuntamente para movilizar a grandes cantidades de persona en lapsos de tiempo cortos.

Lo más importante y prioritario para poder implementar nuevos sistemas de transporte, es educar a la ciudadanía referente al tema del conocimiento, la divulgación, la socialización y la concientización de la gente acerca de cómo se debe comportar dentro y fuera de estos sistemas con el fin que los adopten y se sientan cómodos con ellos. En este

sentido, para el desarrollo del presente proyecto se tendrá en cuenta la experiencia exitosa de la empresa Metroplús S.A. en relación a la implementación de una campaña de sensibilización ciudadana, previa a la puesta en marcha del nuevo Sistema de Transporte Masivo de Buses Rápidos de Mediana Capacidad (BRT); un modelo operativo e institucional del transporte público, que ha ido mejorando la calidad de vida de los habitantes del Valle de Aburrá (Antioquia), incrementando la competitividad de la compañía mediante la oferta de un servicio moderno, seguro, confiable, ambientalmente amigable y sostenible, y permitiendo la integración física y tarifaria con el Metro, Metro cables y las rutas de buses alimentadoras del Sistema.

Para ilustrar mejor esta referencia, el área de comunicaciones de Metroplús consciente de la importancia de generar espacios y estrategias que permitan el acercamiento constante de la comunidad a este gran proyecto de ciudad, emprendió en septiembre de 2009 la etapa de planeación y conceptualización de una campaña pedagógica llamada “Descubre la experiencia Metroplús”, la cual, utilizando como escenario un bus temático (aula móvil) recorre diferentes lugares e instituciones del Área Metropolitana para sensibilizar a sus habitantes sobre las características, beneficios y funcionamiento del nuevo Sistema Integrado de Transporte del Valle de Aburrá (SITVA) del cual hace parte Metroplús.

El 27 de mayo de 2010 esta idea se materializó gracias al apoyo incondicional de la Administración Municipal y de importantes entidades como el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, EPM y Ecopetrol, quienes decidieron vincularse como patrocinadores de esta iniciativa la cual se extendió hasta el 7 de mayo de 2011, logrando sensibilizar a más de 96.406 personas en Medellín y algunos de los municipios cercanos.

En la segunda etapa de la campaña de sensibilización “Descubre la experiencia Metroplús, súbete al bus articulado”, se llevaron a cabo recorridos pedagógicos por algunos tramos de los 12.5 kilómetros del corredor solo bus que conforman la Troncal Medellín de Metroplús, en el primer bus articulado a gas natural vehicular en Colombia que representó

el modelo de la flota de Metroplús. Esta actividad fortaleció el proceso de sensibilización a las personas que hoy utilizan el sistema.

Basados en el anterior orden de ideas, la investigación pretende avanzar en tal sentido con la ayuda de esta valiosa experiencia, la cual se convirtió en una fuente de consulta permanente para el diseño y formulación de aquellas estrategias que conformarán el plan de acción en responsabilidad social para la formación de usuarios en temas de cultura ciudadana hacia el buen uso del Sistema Integrado de Transporte Masivo Transcaribe de la ciudad de Cartagena, teniendo en cuenta que actualmente este sistema se encuentra en construcción desde finales del año 2003 y del cual se cree que se inaugurará el 11 de noviembre del año 2015.

A este respecto, la perspectiva de la movilidad en Colombia, más específicamente en la ciudad de Cartagena de Indias, se ha de centrar en la tendencia mundial encaminada a la movilidad sostenible. Esta tendencia toma como una de sus bases de justificación el incentivo al uso del transporte masivo mediante el uso racional y responsable de este servicio por parte de los usuarios, con el fin de garantizar altos niveles de calidad de vida y satisfacción, hasta convertirlo en una forma de vida, en un escenario para el encuentro social y cultural que genere cultura ciudadana y rentabilidad social y financiera.

En síntesis, al diseñar un plan de acción que permita crear en Cartagena “Cultura Ciudadana” enmarcada en el respeto propio, el respeto por los demás y el respeto por lo público, se estará convocando a la convivencia en armonía, al buen comportamiento, a la solidaridad y al acato de las normas básicas de uso del sistema y de los espacios de la ciudad como elementos constituyentes de una política seria de Responsabilidad Social Corporativa del consorcio Transcaribe.

0.2 Planteamiento de la pregunta o problema

¿Cuáles serían las características de un plan de acción enmarcado en responsabilidad social corporativa para la formación e integración de usuarios del Sistema de Transporte Masivo - Transcribe en cuanto cultura ciudadana se refiere?

0.3 Justificación

Desde 1993, el Gobierno Nacional empezó a preocuparse por el tema de problemas de movilidad y creó, a través de la Ley 105 de ese año, la Política Nacional de Transporte Urbano, un emprendimiento institucional que buscaba, primero, darle punto final al que iba a convertirse en el gran elefante blanco de la movilidad en Colombia: el Metro de Medellín; y segundo, desarrollar planes y estrategias para que en otras ciudades del país se explotara el concepto de “Sistema Integrado de Transporte Masivo”, algo desconocido en el país hasta esa fecha. Esta iniciativa, llevó a que en el año 2002, el Gobierno Nacional le apostara al modelo y destinara una partida presupuestal para estudiar la factibilidad de crear e implementar sistemas integrados de transporte masivo en otras ciudades del país.

Cartagena hace parte de las ciudades elegidas para ejecutar la Política Nacional de Transporte Urbano, la selección de estas urbes se realizó por las proyecciones de crecimiento demográfico de las mismas y por las tendencias de su relación ciudad-región. Cartagena está próxima a formar parte de las ciudades en las que opera un Sistema Integrado de Transporte Masivo, el cual, llevará por nombre: Transcribe, y a partir de su puesta en marcha, se espera que el tráfico sea más fluido, más seguro y sobre todo, más rápido para los ciudadanos.

Dentro de la puesta en marcha del nuevo sistema de transporte, hay que tener en cuenta la integración del ciudadano como parte de éste, buscando despertar en el mismo, la conciencia y sentido de pertenencia, que permita el cuidado y buen uso del bien, es decir, una cultura ciudadana deseable que permita asumir este cambio como parte del bien común, en la que la voluntad política juega un papel importante teniendo en cuenta que la finalidad es el cuidado y buen uso del sistema Transcribe por parte de todos los ciudadanos.

Es necesario tener en cuenta que la ciudadanía debe estar instruida acerca de las normas de buen uso, comportamiento y seguridad al momento de entrar en función y utilizar el medio de transporte, por tanto se plantea el diseño de este Modelo de

Responsabilidad Social para la Formación de Usuarios en Cultura Ciudadana, con el que se pueda educar de forma masiva a las personas en familia, instituciones educativas y empresas, a través de diversas estrategias didácticas y canales de comunicación.

La formación en cultura ciudadana del potencial usuario de este sistema de transporte, es imperante, por lo cual, debe crearse un programa-modelo que mediante los principios de la responsabilidad social, permita que aquel, se apropie del conjunto de reglas o normas de comportamiento para el uso del mencionado sistema; este programa-modelo, tendrá como fin, generar cultura ciudadana basada en valores, comportamientos, actitudes, lenguaje y responsabilidad, con los cuales, los grupos sociales mantendrán relaciones armónicas en la convivencia, generándose un proceso social positivo en los habitantes de la ciudad de Cartagena.

Por todo lo anterior, este proyecto de investigación, busca contribuir de manera positiva, con una propuesta que contenga un modelo de responsabilidad social, para la formación en cultura ciudadana de los potenciales usuarios del Sistema de Transporte masivo Transcribe, el cual, ayudaría a los entes gubernamentales y al sector empresarial a organizar la sociedad, en torno a este nuevo medio de transporte. Mediante dicho modelo, se podría moldear el comportamiento de la ciudadanía para la utilización adecuada de los espacios, el medio de transporte y sus elementos, la forma de operar del mismo, concientizando a los usuarios con diversas estrategias que proporcionen información y conocimiento a la ciudadanía, en las diferentes edades.

0.4 Objetivos de la investigación

0.4.1 Objetivo General. Formular un plan de acción enmarcado en responsabilidad social corporativa para la formación e integración de usuarios del Sistema de Transporte Masivo - Transcaribe en materia de cultura ciudadana.

0.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la percepción de los grupos de potenciales usuarios del Sistema Transcaribe, pertenecientes a diferentes estratos sociales, en torno a la movilidad, el espacio público, la seguridad, convivencia y sentido de responsabilidad social frente a los medios de transporte de Cartagena.
- Conocer las necesidades, expectativas, inquietudes en los grupos potenciales usuarios, frente a la implementación del nuevo Sistema Integral de Transporte Masivo Transcaribe.
- Establecer las causas de los problemas en el sistema de transporte de Cartagena, semejanzas, diferencias, fortalezas y debilidades del mismo.
- Analizar cuáles son los recursos requeridos, disponibles y existentes para la formulación de estrategias que promuevan la formación en cultura ciudadana para el uso responsable del nuevo sistema de transporte.

0.5 Marco referencial

La gran desventaja que tiene el discurso sobre responsabilidad social de una empresa es que se tiende a confundir este concepto con la noción de ética de la empresa; que al final de cuentas resultan ser dos áreas completamente diferentes, pero con algunos puntos de convergencia.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. “El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegue actividades de RS si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad” (Bestraten, M., 2004).

Esto es lo característico de la responsabilidad social de la empresa, el que se trata de un concepto relativo, que depende de las demandas concretas de una sociedad. Supone llevar la conducta de la empresa a un nivel congruente con las normas, valores sociales y expectativas de resultado que prevalecen en un momento o espacio dado (Mamen, V. 2009). Por su parte, la ética de la empresa consiste en promover o, por lo menos, no obstaculizar el desarrollo de las personas que forman parte o se relacionan con ella (Argandoña, 1997).

La responsabilidad social de la empresa fue un momento previo en la sistematización de la ética de la empresa como disciplina. Sus orígenes se remontan a los años cincuenta, aunque se encuentran referencias anteriores (Carroll, 1999; Bernays, 1998). Desde los años 90, la responsabilidad social se integra en el discurso sobre ética de la empresa. Este tema pretende aportar algo de luz a este debate intentando conocer el origen de esta forma de entender la actuación de la empresa, los argumentos a favor y en contra

de la RSC y definir cuáles son las responsabilidades sociales de la empresa y por qué y ante quiénes debe ser la empresa socialmente responsable. Además se ofrece información sobre los diferentes sistemas de medición de la RSC que hay actualmente en el mundo y se exponen los avances que en ésta materia están teniendo lugar en España.

De acuerdo al Consejo Mundial para el Desarrollo (2010) (World Business Council for Sustainable Development), también conocido por sus siglas en inglés WBCSD, la responsabilidad social corporativa es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.

Así mismo, para el Foro de Liderazgo Empresarial Príncipe de Gales (2006) (Prince of Wales business Leadership Forum), la Responsabilidad Social Corporativa va más allá del mero cumplimiento de la normatividad legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor largo plazo y contribuyendo a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

0.5.1 Que no es la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La RSC no es la actualización del mensaje filantrópico de las empresas de financiar acciones sociales. Incluso muchas empresas confunden este concepto, con el gabinete de salud oral laboral, o el de actos sociales.

La RSC no es una certificación, ni una herramienta de marketing.

La RSC no es solo la acción social. La acción social es un elemento más de la RSC, pero debe de ser incorporada a una visión amplia de la misma, como expresión de las relaciones de la organización con la comunidad donde opera. “las empresas socialmente

responsables, tienden a realizar acción social, pero no todas las que realizan acción social, son empresas socialmente responsables”

El enfoque *shareholder* plantea como único objetivo de la empresa la maximización de beneficios, que es la que hará que aumente el valor de las acciones de la compañía en bolsa y hará que sus propietarios, los accionistas, estén contentos, que son los únicos agentes que importan.

El nuevo enfoque *stakeholder* expone que se tiene que escuchar a todos los agentes con los que se relaciona la empresa: trabajadores, proveedores, clientes, sociedad civil, gobiernos, etc. La empresa es parte de la sociedad y tiene un gran poder para generar externalidades hacia ella, y es por esta razón, que se debe escuchar a los diferentes agentes sociales con los que interactúa tanto directa como indirectamente, para definir y diseñar las futuras estrategias de desarrollo del negocio de la compañía.

Este planteamiento recibe las críticas de los neoliberales porque plantea, desde un inicio, la pérdida de la capacidad de generar beneficios, aunque se está demostrando con varios ejemplos alrededor del mundo, que las empresas que aplican criterios de RSC están siendo igualmente rentables y que, a la larga, la gestión responsable de las compañías es la única estrategia válida para una existencia prolongada en el mercado de una empresa.

Zárate Cárdenas, R. (2008), sostiene que los aspectos básicos de la RSC O RSE, se fundamenta en los siguientes factores:

- Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.
- Promueve el desarrollo humano sostenible.
- Protege los derechos humanos.
- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.

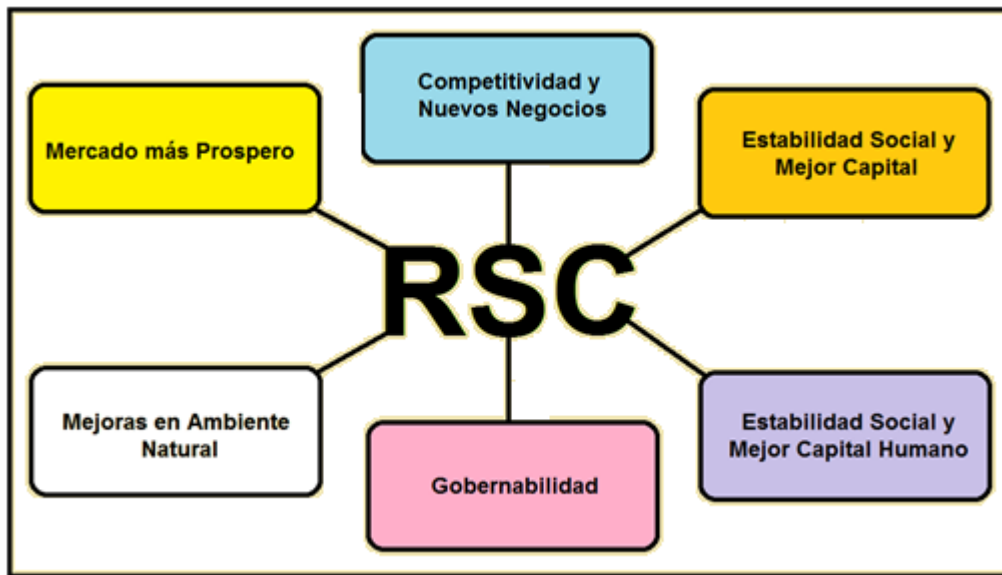
Según Orjuela (2008), es amplio el aspecto teórico que se ha tejido en torno de la utilidad de la RSC, y cuyo fin es fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders).

No obstante, Cárdenas, I. (2007), afirma que al Implementar procesos de responsabilidad social al interior de las empresas genera los siguientes beneficios:

- Aumento de la productividad y la rentabilidad
- Fidelidad y aprecio de sus clientes
- Confianza y transparencia con los proveedores
- Compromiso y adhesión de sus empleados
- Respaldo de las instancias gubernamentales
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad
- Oportunidades para nuevos negocios.
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente)
- Incremento en la participación del mercado
- Mejoramiento de la cultura organizacional
- Capacidad de atraer el mejor talento humano
- Incremento del valor de la empresa
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

Teniendo como referente los conceptos reseñados sobre el tema de estudio, para este trabajo se utiliza como sustento teórico el Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial el cual tiene como objetivos los siguientes:

Figura 1. Esquema de beneficios de la RSC del Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. 2007.

Tomando en consideración el Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial los siguientes aspectos serán los utilizados en el trabajo:

1. Las fortalezas nacionales de los países que tienen como fundamento empresarial la RSC.
2. Las tendencias internacionales de RSE.
3. La herramienta debe permitir comparaciones entre empresas y sectores y ser adaptable a los diferentes países de la Región Caribe.
4. Los resultados obtenidos de esta herramienta deben de ser de alta relevancia para el sector privado desde la perspectiva de un punto de comparación en el avance de nuestra Región Caribe en el tema de RSE.

Por otra parte, cabe anotar que el Modelo de RSE consta de ocho (8) categorías divididas en dos dimensiones; una interna y otra externa. La primera hace referencia a las actividades, métodos, técnicas y prácticas llevadas a cabo al interior de la organización, donde a su vez se encuentran las siguientes categorías.

a) Cumplimiento de Leyes

En primera instancia las empresas deben cumplir con el marco legal establecido que incluye la legislación laboral, tributaria y ambiental de Colombia. Adicionalmente al cumplimiento del marco legal, las empresas deben de cumplir estándares establecidos, ya sea por certificaciones internacionales o por políticas corporativas, de productos y de seguridad laboral. Si bien no existe legislación sobre algunos temas de RSE y sobre los que sí existe legislación son nuevos y en constante revisión sirven como punto inicial de evaluación.

b) Ética y Transparencia

El código de ética y las prácticas que permiten transparencia son las bases para el cumplimiento de los objetivos operacionales y estratégicos de la organización. Estos guían el comportamiento ante aquellos con quienes mantiene relaciones la empresa como son los proveedores, inversionistas y los colaboradores. Forma parte de esta categoría los mecanismos comunicación y control que determinen el cumplimiento de las mismas.

c) Desarrollo de Capital Humano

El éxito de toda organización depende de la calidad de sus recursos humanos. Esta categoría se refiere a prácticas internas que buscan mejorar el desempeño de los colaboradores a través de capacitación o de políticas de promoción interna.

d) Mitigación de Impactos Negativos

Independientemente del giro del negocio, todas las empresas en algún momento en sus operaciones generan un impacto negativo. El impacto negativo que se da en todas las empresas está relacionado con los colaboradores y con la seguridad en el lugar de trabajo y con los despidos o reducciones de personal. Otros aspectos que se incluyen en esta categoría dependerán de sus actividades productivas como son acciones dirigidas a encontrar soluciones innovadoras que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales y que reduzcan al máximo el impacto negativo de la empresa en el ambiente.

La dimensión externa del modelo representa las inversiones sociales y ambientales que tienen un impacto en la comunidad y por consiguiente en la imagen de las empresas. El modelo sigue una secuencia lógica donde se inicia con los grupos de interés inmediatos a la empresa y se mueve hacia lo más alejado de ella.

e) Beneficios de colaboradores

Esta categoría se refiere a las inversiones que se realizan para mejorar las condiciones de los colaboradores. Estas representan inversiones a largo plazo en el principal activo de la empresa. Adicionalmente, condiciones de salud, seguridad social, educación, transporte son factores que permiten atraer y retener recurso humano de calidad.

f) Proyección a familias

Dentro de esta categoría se incluyen las inversiones que aumenten la calidad de vida de las familias de los colaboradores directos de la empresa. Las inversiones pueden estar dirigidas al nivel de educación de los familiares del colaborador, al acceso a servicios de salud y las condiciones de vivienda.

g) Proyección a la comunidad

Esta categoría abarca una amplia gama de acciones enfocadas en causar un impacto positivo en las comunidades inmediatas de las empresas. Algunas de estas acciones incluyen la generación de empleo, voluntariado de colaboradores en la comunidad, donaciones de productos y servicios y desarrollo de infraestructura pública o compartida.

h) Proyección a nivel nacional o regional

Esta categoría incluye el impacto económico global de la empresa que es generado por los niveles de inversión en el país, alianzas con organizaciones sociales, colaboraciones con centros superiores de educación que crean valor social.

Todo lo anterior, se rige por la normativa vigente en responsabilidad social empresarial y ambiente en Colombia, la cual se resume a continuación:

Cuadro No. 1. Marco legal de la Responsabilidad Social Corporativa en Colombia

NORMA	OBJETO
ISO 14000	Provee a la empresa u organismo de un conjunto de estándares desde los cuales la propia empresa construya su política medioambiental.
ISO 14001 a 14004	Trata los sistemas de gestión medioambiental.
ISO 14010 y 14011	Hace referencia a las auditorías ambientales
ISO 14031 y 14032	Hace referencia a la evaluación ambiental del sistema
ISO 14020, 14021, 14024 y 14025;	Hace referencia a etiquetas ambientales
LEY DE BIODIVERSIDAD	Hace referencia a la Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres y su no destrucción.
LEY DE MONTES	Hace referencia a la creación de la figura del Fiscal de Sala de Medio Ambiente, destinado a la financiación de la gestión sostenible.
LEY DE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	Ley establecida para que las empresas o titulares de actividades potencialmente contaminantes prevengan y respondan ante posibles daños al medio ambiente.
LEY DE EVALUACIÓN AMBIENTAL	Ley que obliga a tener en cuenta en la planeación estrategia de cualquier proyecto el pilar ambiental y pase a considerarse desde el primer momento en el proceso de planificación.
LEY 326 DE 2008. DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL DE LAS EMPRESAS	Establece disposiciones que promuevan en las empresas la RSE, desde unos compromisos guiados a orientar la dimensión productiva, social y ambiental, hacia el uso eficiente de recursos y su buen uso, generando bienestar social y conservación del medio ambiente.
LEY 58 DE 2009	El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que se respeten los Derechos Humanos y se promuevan los comportamientos responsables ambientales, basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.
LEY 1349 DE 2009	Esta ley se fundamenta en impulsar la diversificación, las buenas prácticas en lo que se refiere al medio ambiente, un desarrollo económico y social sostenible y la seguridad. Desarrolla un importante compromiso con el medio ambiente para promover el desarrollo sostenible y la integración regional, al generar estrategias específicas y concretar programas e iniciativas, a través del desarrollo de esquemas innovadores de financiamiento, que contribuyen a incrementar la inversión en medio ambiente en los países de la región.
POLÍTICA AMBIENTAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS O DESECHOS PELIGROSOS	Hace referencia a la conservación y protección de los recursos naturales renovables.
Ley 165 de 1994	Establece el nuevo régimen sancionatorio ambiental, que contempla el pago en dinero de la violación a las leyes anteriormente mencionadas, donde se promueve que a través de las prácticas industriales o comerciales, no se afecte al medio social o natural, ni mucho menos la biodiversidad
LEY 1333 DE 2009	

Fuente: Responsabilidad social empresarial y proyectos de la secretaria de integración social en la localidad de puente Aranda. Escrito por Sandra Milena Orjuela. Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Gerencia Social. ESAP. Bogotá, diciembre 20 de 2008

0.6 Metodología propuesta

0.6.1 Delimitación de la investigación

0.6.1.1 Delimitación del Espacio: La investigación se desarrollará en la Ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C.

0.6.1.2 Delimitación del Tiempo: El proyecto en su fase de Investigación y formulación, se desarrollará en los meses septiembre y octubre de 2015.

0.6.1.3 Delimitación del Universo: Para la elaboración del presente trabajo de grado se contará con la participación de usuarios del actual servicio de transporte público de la ciudad de Cartagena, en lo que se refiere a buses, busetas y taxis, pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos y cuyo rango de edad oscile entre de los 12 a los 85 años,

0.6.2 Tipo de investigación

La presente investigación, de acuerdo a Hurtado de La Barrera (2008), es de carácter Proyectivo, la cual consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social, o de una institución, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y de las tendencias futuras, es decir, con base en los resultados de un proceso investigativo.

0.6.3 Métodos de recolección de la información

0.6.3.1 Fuentes de Información Primarias

Encuestas: Este método permitió reunir información necesaria para la estructuración de la investigación y su finalidad estuvo orientada a medir el grado de percepción de movilidad urbana en la ciudad de Cartagena y la puesta en marcha del Sistema Integrado de Transporte Masivo – Transcaribe

Población objetivo: Se refiere a los usuarios potenciales del sistema integrado de transporte masivo Transcaribe, las cuales tendrán un contenido de preguntas cerradas y se aplicaran a un universo compuesto por personas pertenecientes a estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cartagena, y cuyas edades oscilen entre los 12 y los 85 años.

Finalidad: Obtener datos acerca de las percepciones, necesidades y expectativas de los potenciales usuarios, que sirvan de base para la formulación de las diferentes estrategias en el marco del presente proyecto.

Instrumento: Se aplicará un cuestionario dirigido, cerrado, estructurado, guiado, controlado y estandarizado, siguiendo un procedimiento fijado de antemano por un guía de procedimiento, es decir, por una serie de preguntas que se prepararan de antemano (Plomé, 2008).

Procedimiento: Las preguntas serán presentadas exactamente como figuran en el cuestionario y en su mismo orden, de tal manera que no se le permite al encuestador introducir modificaciones. Las preguntas serán, por lo general, cerradas, es decir, se le proporcionará al entrevistado una serie de alternativas de respuesta donde debe jerarquizar sus opciones en base a una serie de alternativas previamente determinadas.

Las encuestas se realizarán de manera directa y presencial a personas pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Cartagena.

0.6.3.2 Fuentes de Información Secundarias: Se recurrirá a diferentes fuentes secundarias tales como: la normatividad vigente, estudios realizados por la empresa documentos del Departamento de Planeación Nacional, DANE, Asociaciones Gremiales, SENA, Universidades e Internet.

0.6.4. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	FUENTE
PERCEPCION SOCIAL DE LA MOVILIDAD URBANA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA Y LA PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO – TRANSCARIBE	Uso del transporte privado en la ciudad	Vehículos por familia	Encuesta
		Frecuencia de uso del vehículo	
		Motivos de uso del vehículo privado	
		Lugares de mayor preferencia para ir en vehículo	
	Uso del transporte público en la ciudad	Sensaciones al conducir	Encuesta
		Medio de transporte público más utilizado	
		Tiempo promedio dedicado a trayectos	
		Tiempo promedio de espera	
		Motivaciones para usar el transporte público	
	Seguridad en Medios de transporte público	Percepción general del transporte público	Encuesta
		Seguridad ciudadana	
	Sentido de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de transporte público	Nivel de percepción ciudadana	Encuesta
	Necesidades, expectativas e inquietudes de los potenciales usuarios frente a la puesta en	Principales necesidades a satisfacer por el SITM	Encuesta
		Principales expectativas a generadas por el SITM	
Principales problemas del SITM			

Fuente: Autor del proyecto, 2015.

0.6.5 Población y muestra

La población objeto de investigación estará constituida por los habitantes de la ciudad de Cartagena, que de acuerdo a la Encuesta de Percepción Ciudadana (EPC) 2014, del proyecto Cartagena Como Vamos (CCV) es de 916.833 habitantes.

Base: El 75% de la población se encuentra por debajo de la línea de la pobreza

Cálculos: La edad de los usuarios potenciales de los servicios de Transcribe oscila entre los 12 y los 85 años, que según el Informe de competitividad de la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cartagena (2012), representa el 89% de los habitantes de la ciudad, es decir, a 845.000 personas. De este total se selecciona el 25% por su capacidad adquisitiva es decir: $916.833 \text{ hab.} \times 25\% = 211.325$ potenciales usuarios

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente ecuación estadística con base a los datos previamente establecidos:

$$n = \frac{z^2 p q N}{Ne^2 + z^2 p q}$$

Dónde:

p: Probabilidad de ocurrencia del fenómeno

q: Probabilidad de no ocurrencia

N: Tamaño de la población

n: Tamaño de la muestra

e: Error maestral

z: Desviación estándar

A continuación se describen los valores asumidos en la investigación por los anteriores parámetros:

Probabilidad de ocurrencia o no del fenómeno p o q se asume como valores relativos entre 0 y 1, en donde $q = 1 - p$, esto para obtener el mayor valor posible del producto pq entonces si le damos a la posibilidad de ocurrencia del fenómeno un valor del 50% entonces $p = 50\%$ y $q = 1 - 50\% = 50\%$

En cuanto al nivel de confianza asumido este corresponde al 95% con lo cual el margen de confianza o desviación estándar equivaldría a 1.6449 y el margen de error muestral sería del 5%

Entonces:

Parámetros	Valores
p	50%
q	50%
e	5
z	1.6449
N	211.325
n	399

$$n = \frac{(1.6449)^2 (50)(50) (211.325)}{(211.325)(0.05)^2 + (1.6449)^2 (50) (50)} = 399$$

0.6.6 Recolección y procesamiento de datos

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos (encuesta) estas se procesarán para su clasificación y tabulación mediante la utilización de herramientas como: diagramas de pastel, gráficas de barra, lo cual le permitirá a los investigadores llevar a cabo un mejor diagnóstico de los datos obtenidos y una mejor presentación de estos.

0.7 Resultados esperados

El principal resultado que se obtendrá con el desarrollo de la presente monografía es facilitar a la Administración Distrital un documento de consulta (plan de acción) en lo teórico conceptual de responsabilidad social para la formación de usuarios del sistema de transporte masivo Transcribe en materia de Cultura Ciudadana, teniendo en cuenta la posible entrada en operación de este importante proyecto para el mes de noviembre de 2015, buscando minimizar los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos de interés con los que se va interrelacionar.

0.8 Cronograma de actividades

El proyecto se realizará cronológicamente de acuerdo a las siguientes actividades

ACTIVIDAD		julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre
1	Revisión Bibliográfica	■	■	■		
2	Elección del tema monografía		■	■	■	
3	Construcción propuesta monografía			■	■	
4	Presentación				■	
5	Recolección de datos				■	
6	Organización de la información					■
7	Análisis e interpretación de resultados				■	■
8	Transcripción del documento final					■
9	Presentación de la monografía					■

Fuente: Autor del proyecto, 2015.

CAPÍTULO I

1. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS POTENCIALES DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO - TRANSCARIBE

1.1 La movilidad en Cartagena

Entre las más grandes dificultades que sufre la ciudad de Cartagena y que genera una alta insatisfacción por parte de la mayor parte de sus habitantes tiene que ver con concepto de movilidad, es decir, la capacidad que tienen estos para trasladarse de un lugar a otro con el ánimo de llegar a tiempo y en excelentes condiciones a sus destinos.

La movilidad en Cartagena desde que se tienen registros históricos y referencias de personas nativas que han vivido la mayor parte de sus vidas en la ciudad, consideran que esta siempre ha sido deficiente, ya que nunca ha contado con una óptima flota de buses urbanos que permitan el traslado adecuado y buenas condiciones de la ciudadanía.

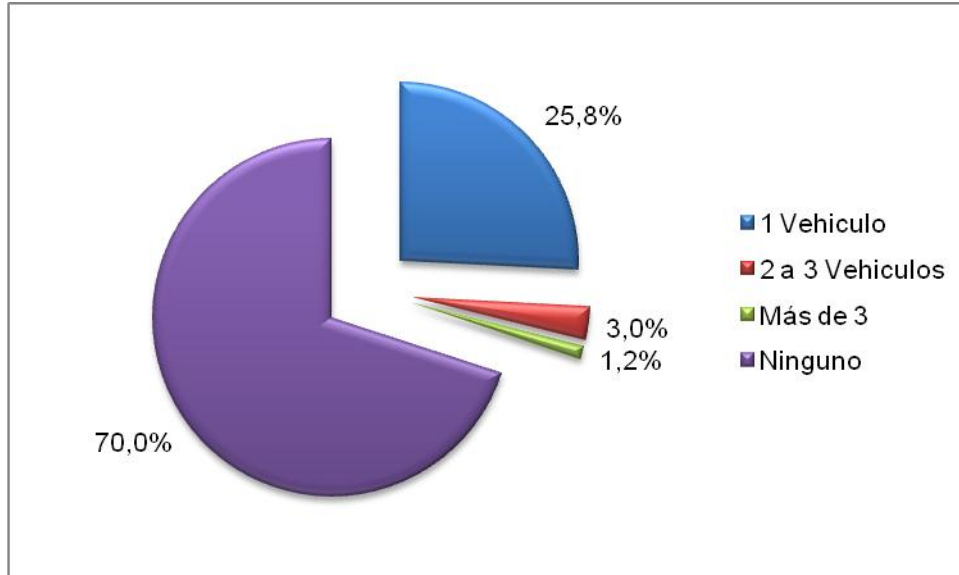
En este orden, cabe destacar que las rutas establecidas por las compañías de transporte urbano no son las mejores, ni las más eficientes, ni mucho menos las más adecuadas, pues en ocasiones no llegan a los sectores menos favorecidos o se retrasan más de lo debido en arribar a dichos puntos de llegada.

La opinión de la ciudadana también influye en este problema, al considerar que la mayoría de los conductores de buses, busetas, taxis y mototaxis no saben las señales de tránsito o no tienen la conciencia vial para recoger pasajeros en las paradas establecidas para tal fin.

A continuación, el lector podrá apreciar los principales resultados que arrojó la encuesta de movilidad realizada en la ciudad y que sin duda alguna se convierte en una radiografía reciente de una ciudad que se caracteriza por su caos vehicular.

1.1.1 Uso del transporte privado en Cartagena

Gráfico 1. Número de vehículos por familia

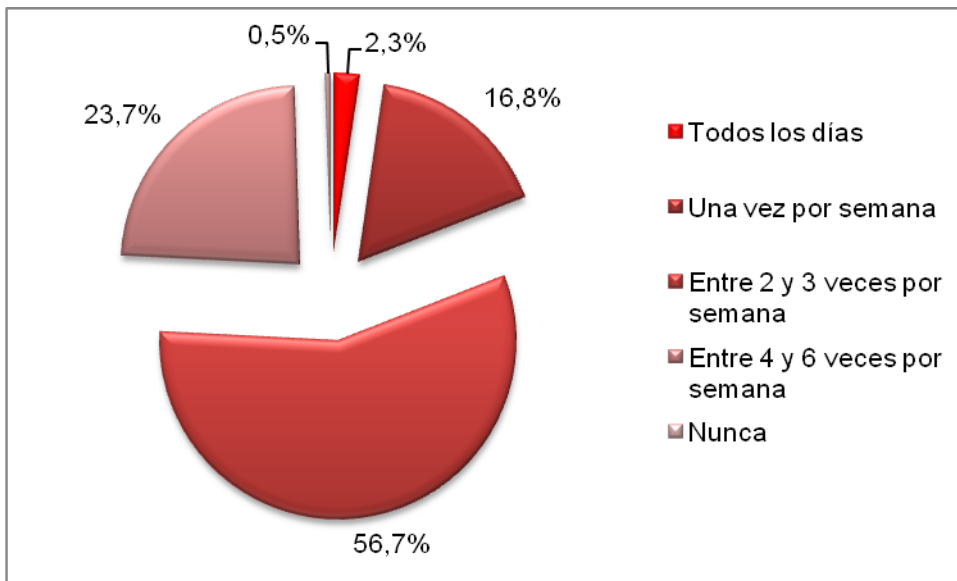


Fuente: Encuesta propia, 2015.

Pese a la gran cantidad de automóviles que se pueden apreciar en las llamadas “horas pico” y la gran congestión vehicular que se forma en ciertos sectores de la ciudad, de acuerdo a los resultados obtenidos en el Gráfico 1, en la ciudad de Cartagena solo el 25 de la población cuenta un vehículo para transportarse, mientras que la mayor parte de la ciudad (70%) no cuenta con un medio propio para moverse.

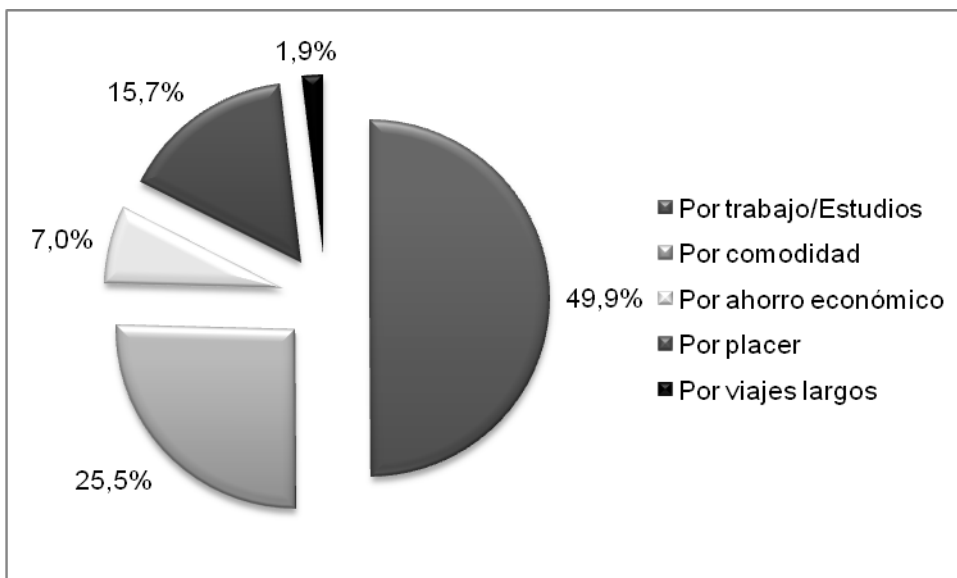
Por otra parte, siguiendo la misma línea de análisis, en la ciudad, ese mismo número de personas con vehículo propio, lo utilizan en promedio de 2 a tres veces por semana (56,7%). Ver Gráfico 2.

Gráfico 2. Frecuencia de uso del vehículo privado



Fuente: Encuesta propia, 2015.

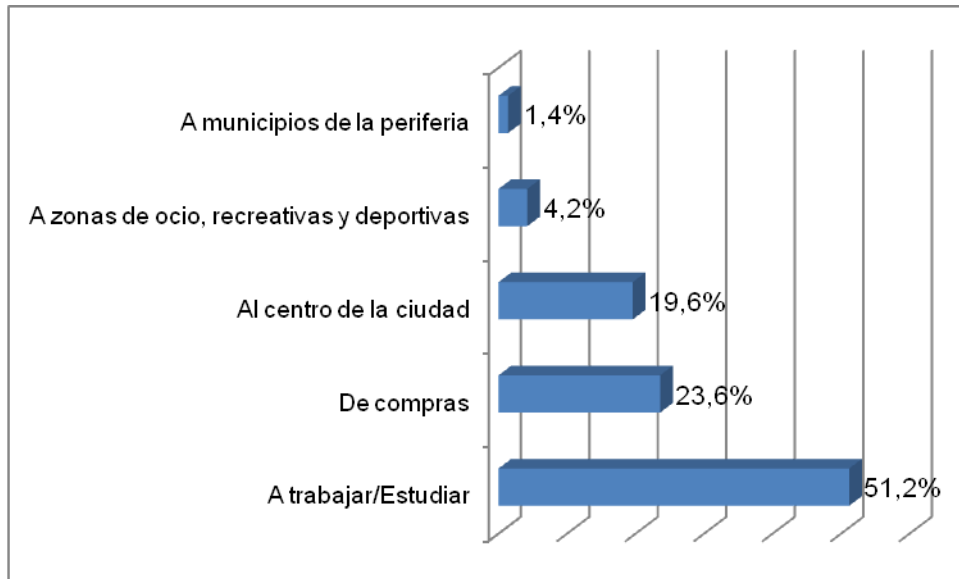
Gráfico 3. Principales motivos por el cual se utiliza el vehículo privado



Fuente: Encuesta propia, 2015.

Ahora bien, dentro de los principales motivos por el cual las personas con automóviles propios utilizan su vehículo, se encuentra que un 49% lo hace por trabajo y estudio, seguidos por aquellos que prefieren la comodidad (25,5%).

Gráfico 4. Lugares de preferencia para ir en automóvil

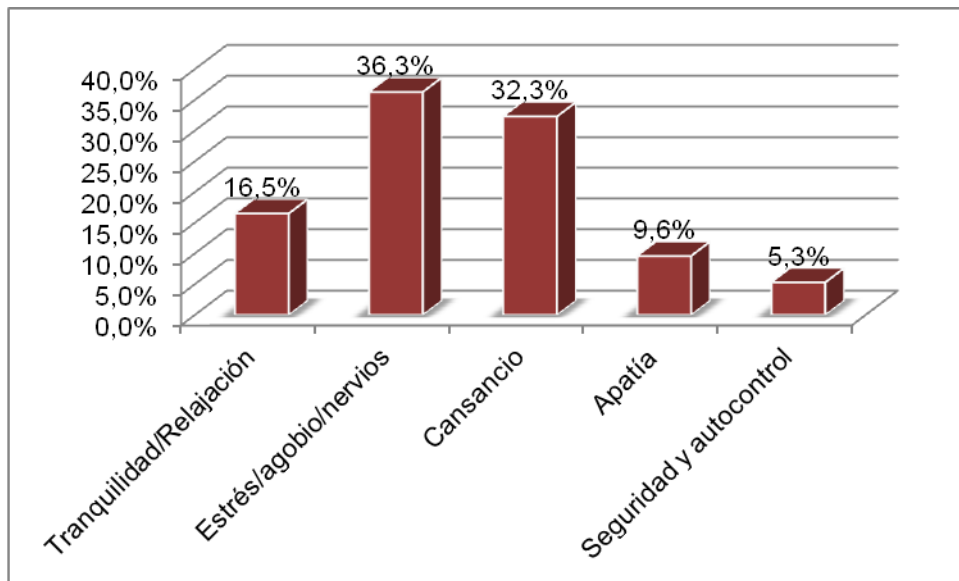


Fuente: Encuesta propia, 2015.

A la pregunta: ¿Qué lugares prefiere usted para ir en automóvil?, el 51,2% afirmó que utiliza el automóvil para ir al trabajo o a estudiar, seguidos por aquellos que solo desean ir de compras (23,6%). No obstante, en contraste con las emociones positivas que produce el ir de compras o a la universidad, el 36% de los encuestados afirmaron que las sensaciones que padecen al manejar su carro en una ciudad con Cartagena, están directamente relacionadas con el estrés, agobio y nervios. Ver Gráfico 4.

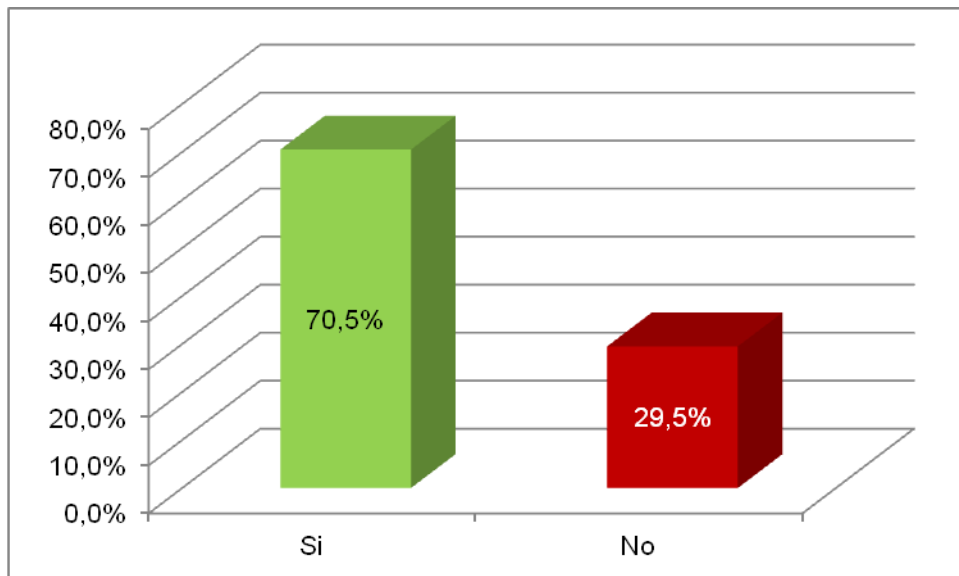
En forma similar respondieron las personas clasificadas en el segundo renglón de importancia del presente análisis, al manifestar que la actividad de conducir por la ciudad les causa mucho cansancio. Ver gráfico 5.

Gráfico 5. Sensaciones que produce el conducir en la ciudad



Fuente: Encuesta propia, 2015.

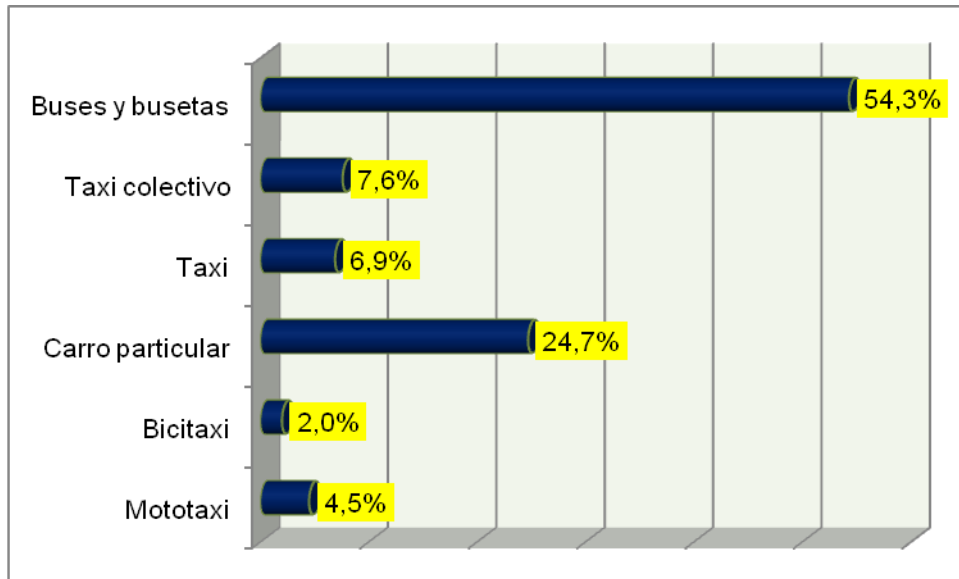
Gráfico 6. Uso del transporte público en Cartagena



Fuente: Encuesta propia, 2015.

De acuerdo a los resultados que arroja el Gráfico 6, en la ciudad de Cartagena, más del 70% de la población manifestó que sus desplazamientos los realiza por intermedio del transporte público.

Gráfico 7. Medios de transporte más utilizados



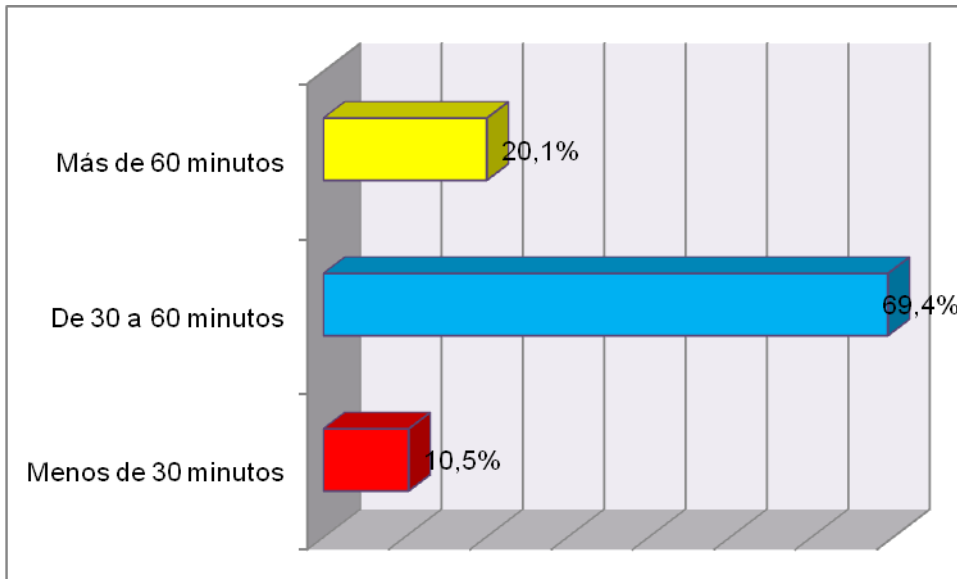
Fuente: Encuesta propia, 2015.

El Gráfico 7, muestra que el medio de transporte más utilizado y preferido por los cartageneros son los buses y busetas con un 54,3% de la participación total.

Por otro lado, cabe destacar que el carro particular se convierte en la segunda opción más utilizada para transportarse en Cartagena con un 24% de la aprobación.

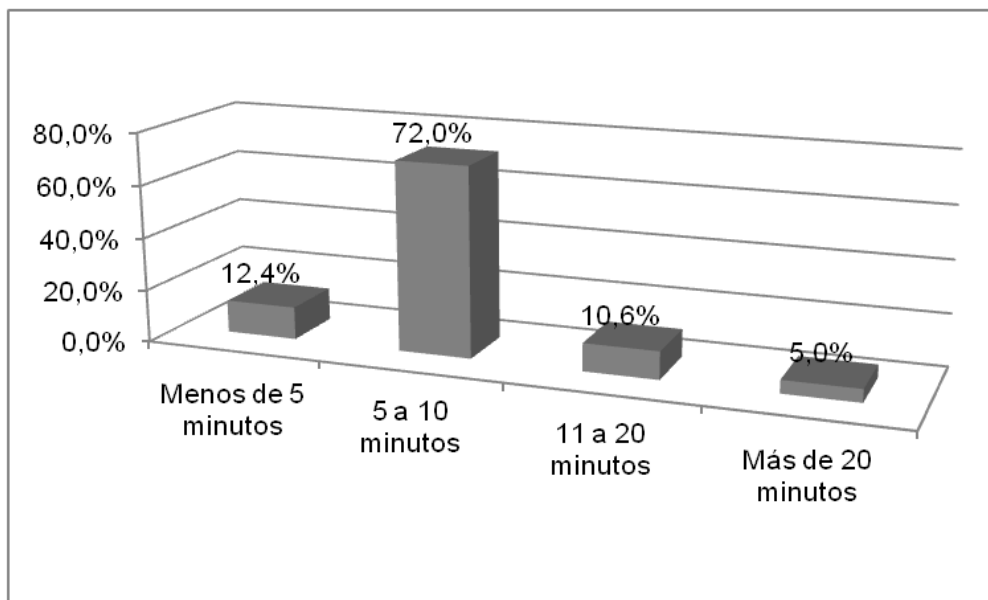
En cuanto al tiempo promedio dedicado en trayectos de transporte público, el 69% de os encuestados manifestó en espera entre 30 minutos y una hora sentada en un bus de servicio público, mientras que el tiempo promedio dedicado en la espera de transporte público es de 5 a 10 minutos (72%). (Ver Gráfico 8 y 9).

Gráfico 8. Tiempo promedio dedicado en trayectos de transporte público



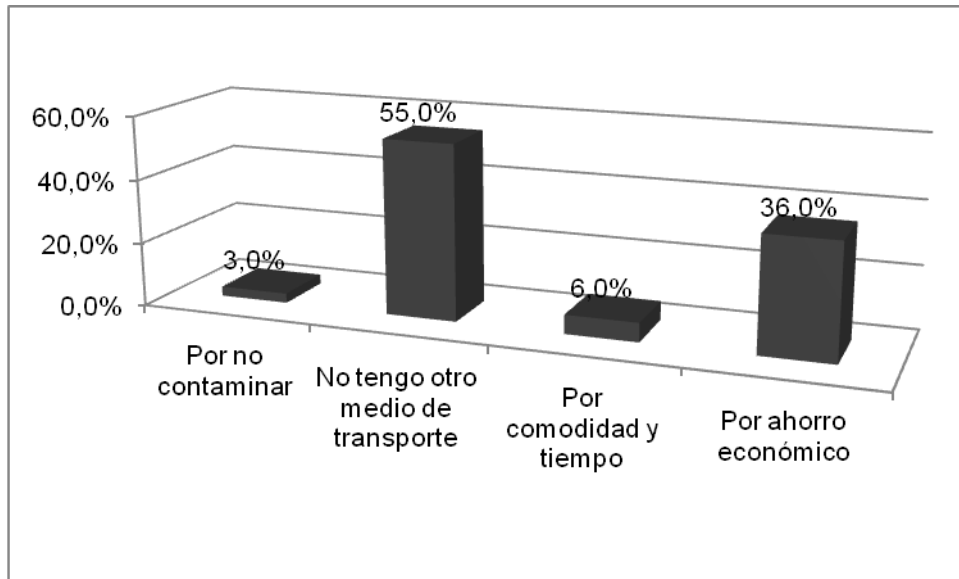
Fuente: Encuesta propia, 2015.

Gráfico 9. Tiempo promedio dedicado en la espera de transporte público



Fuente: Encuesta propia, 2015.

Gráfico 10. Motivaciones para usar el transporte público

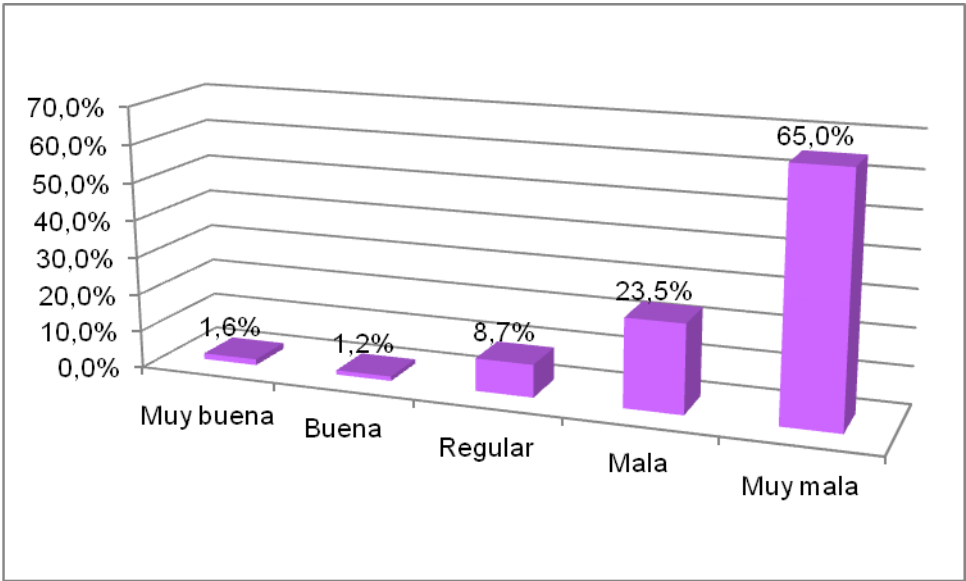


Fuente: Encuesta propia, 2015.

De acuerdo a los resultados que expone el Gráfico 10, la principal motivación por el cual los cartageneros se animan a utilizar el transporte público de la ciudad es porque no cuentan con otro medio de transporte (55%).

En contraste con lo anteriormente citado, vale la pena decir que la percepción que tienen los habitantes de Cartagena acerca de la situación actual del transporte público, es mayoritariamente mala. (Ver resultados en el Gráfico 11)

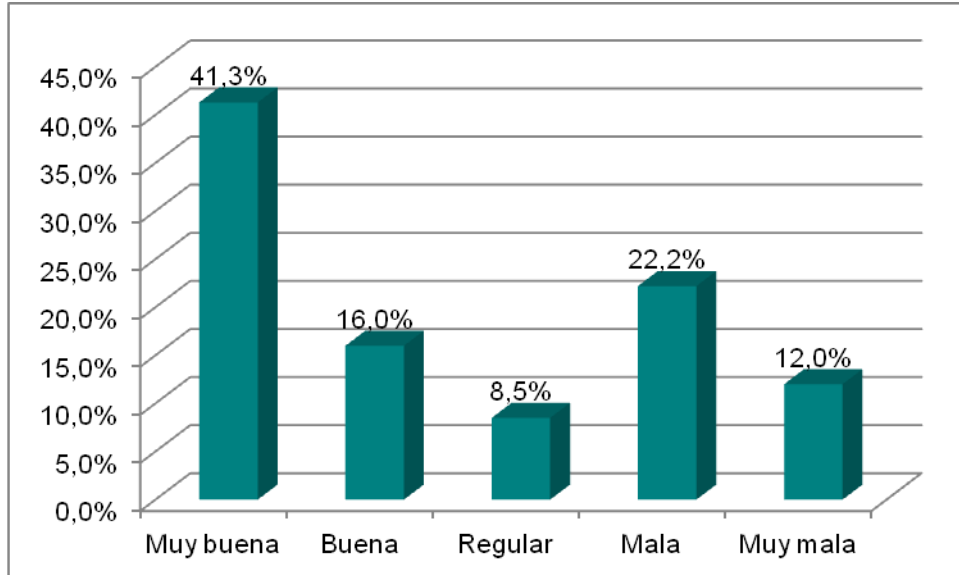
Gráfico 11. Percepción situación actual del transporte público



Fuente: Encuesta propia, 2015.

1.2 Seguridad en medios de transporte

Gráfico 12. Percepción de seguridad ciudadana en transporte público

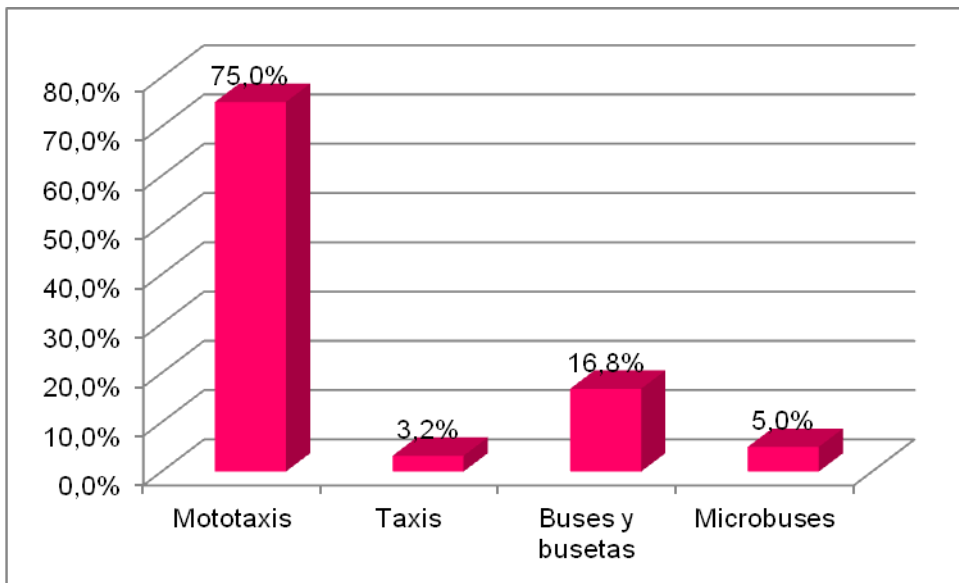


Fuente: Encuesta propia, 2015.

De acuerdo a la Encuesta de Percepción Ciudadana del Proyecto Cartagena Cómo Vamos 2014, la inseguridad está afectando a la ciudad y hoy por hoy, ningún escenario público se encuentra exento del azote de la delincuencia común, hasta el punto tener gran presencia e impacto en el transporte público de la ciudad.

En este sentido, el medio de transporte público, técnicamente más inseguro para los cartageneros son las llamadas mototaxis (75%). Ver Gráfico 13. No obstante, de manera completamente contradictoria, en el Gráfico 12, se puede apreciar que el 41,3% de los encuestados afirmó que la seguridad ciudadana en los buses es muy buena.

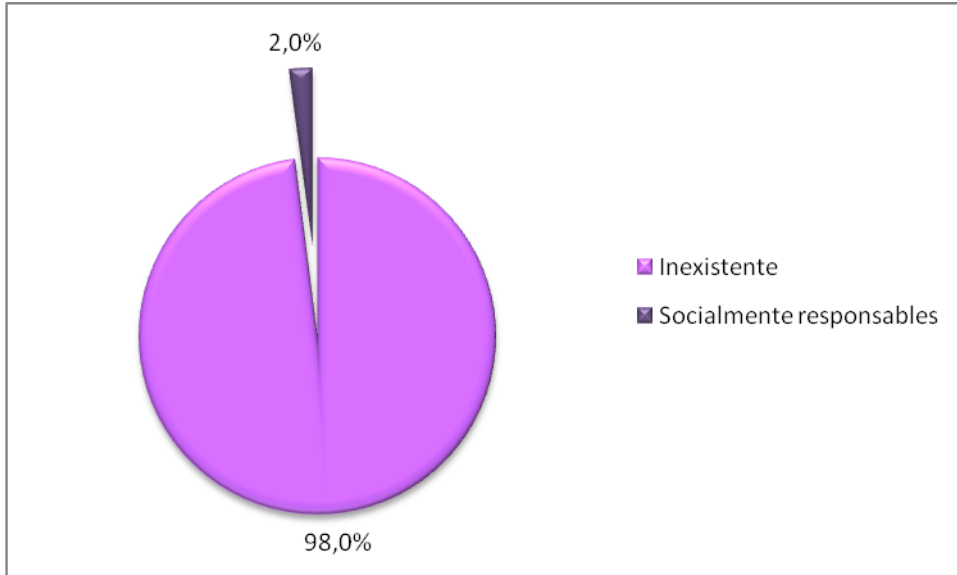
Gráfico 13. Medios de transporte público técnicamente más inseguros



Fuente: Encuesta propia, 2015.

1.4 Sentido de responsabilidad social

Gráfico 14. Percepción de la RSE empresas de transporte en Cartagena

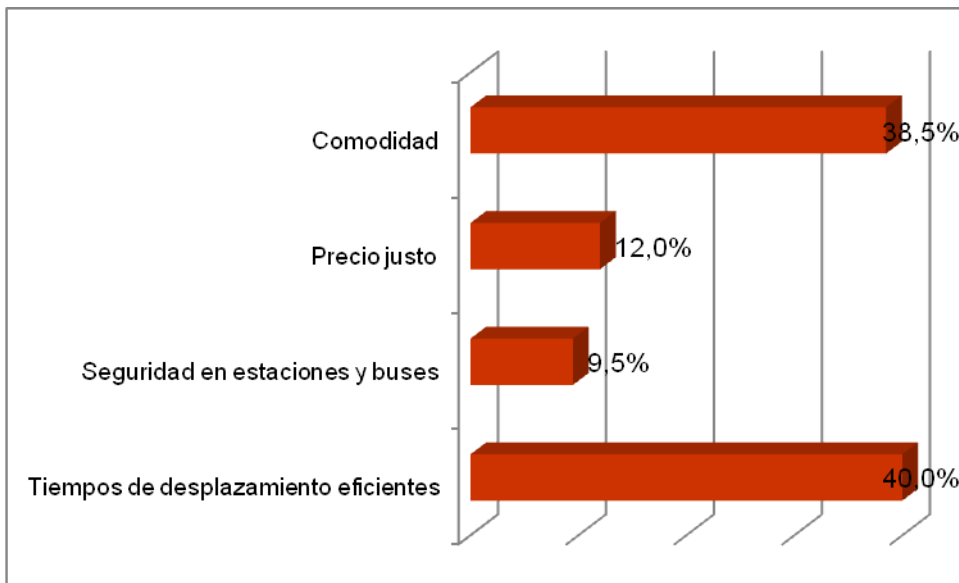


Fuente: Encuesta propia, 2015.

De acuerdo a los datos del Gráfico 14, se hace evidente que en la ciudad de Cartagena, las empresas de transporte público, con un sistema de responsabilidad social que les permita ofrecer una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental de sus grupos de interés.

1.5 Necesidades, expectativas e inquietudes de los potenciales usuarios frente a la puesta en marcha del SITM Transcaribe

Gráfico 15. Necesidades de los usuarios frente al nuevo Sistema de transporte masivo - Transcaribe

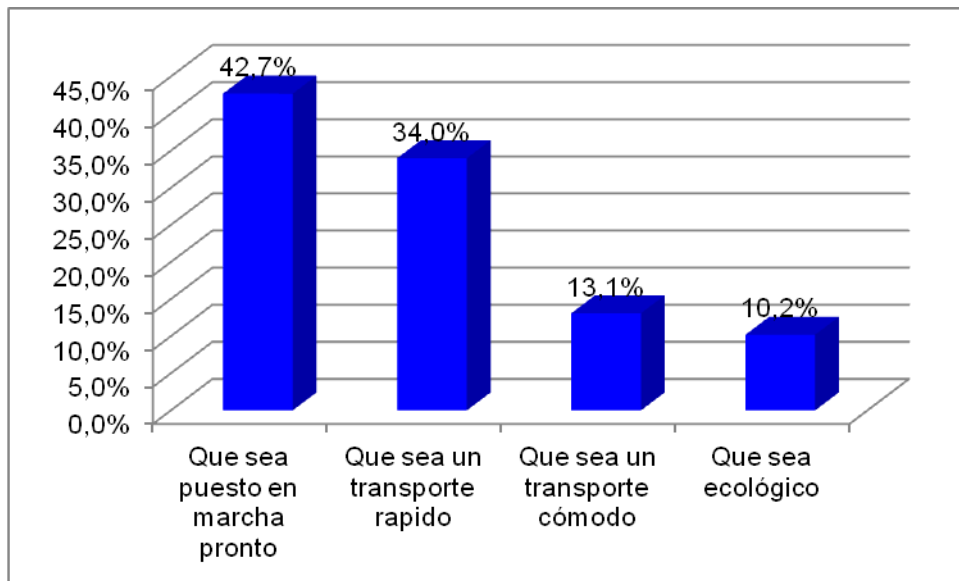


Fuente: Encuesta propia, 2015.

Las necesidades de los potenciales usuarios de Transcaribe se encuentran divididas para tratar de conocer: “Si los tiempos de desplazamiento serán eficientes o cómodos”

Dicha situación se da a raíz del mal servicio que presta el actual sistema de transporte de Cartagena, el cual se centra en estas dos variables descritas.

Gráfico 16. Expectativas de los usuarios frente al nuevo Sistema de transporte masivo - Transcaribe



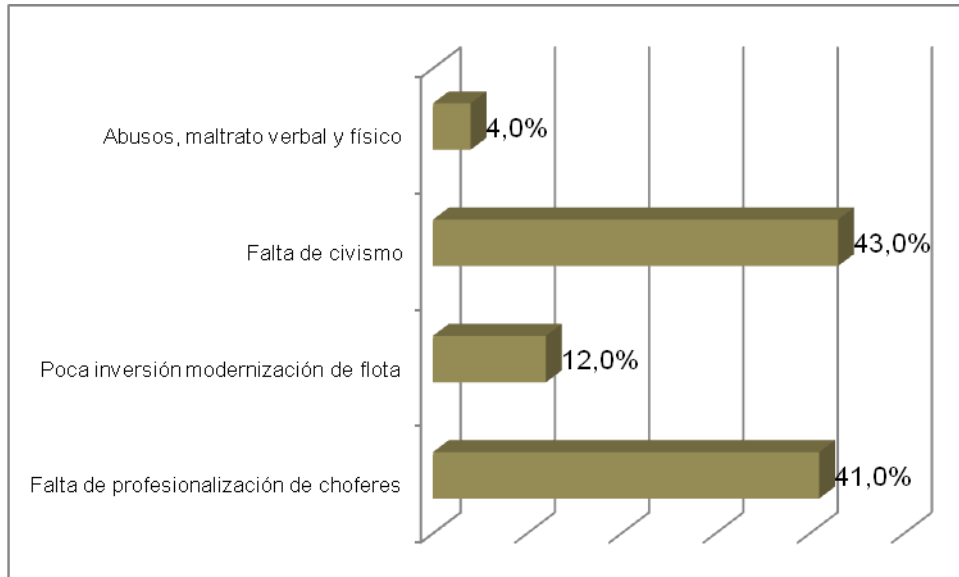
Fuente: Encuesta propia, 2015.

A finales del año 2013 se cumplieron 10 años desde que se dio inicio al proyecto Transcaribe, y que en la actualidad la obra se encuentra paralizada en su totalidad, sin que hasta el momento exista una fecha prevista para su inauguración.

Debido a esta situación, la principal expectativa que manejan los potenciales usuarios de este sistema de transporte, radica en conocer ¿Cuándo se va a poner en marcha Transcaribe?

1.6 principales causas de los problemas del actual sistema de transporte en Cartagena

Gráfico 17. Principales problemas del actual sistema de transporte



Fuente: Encuesta propia, 2015.

Como bien se puede apreciar en el Gráfico 16, factores como la falta de civismo (43%) y la falta de profesionalización de los choferes (41%), son consideradas por los cartageneros como los principales problemas del actual sistema de transporte.

CAPÍTULO II

2. RECURSOS REQUERIDOS, DISPONIBLES Y EXISTENTES PARA LA CREACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN QUE PROMUEVA LA FORMACIÓN EN CULTURA CIUDADANA PARA EL USO RESPONSABLE DEL NUEVO SISTEMA DE TRANSPORTE

2.1 ¿Qué es cultura ciudadana?

Cultura ciudadana es un marco de análisis con tres distintos niveles: descriptivo, normativo y prescriptivo.

A nivel descriptivo, el Grupo Visionarios (2014) entiende por cultura ciudadana el conjunto de actitudes, costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas por los individuos de una comunidad, que permiten la convivencia y generan sentido de pertenencia

A nivel normativo, se entiende por cultura ciudadana una visión positiva de convivencia que contempla la tolerancia o el aprecio por distintos proyectos de sociedad, la no violencia, la capacidad de celebrar y cumplir acuerdos, el cumplimiento de la ley, la confianza o expectativa de cooperación de los demás y el interés por lo público.

La cultura ciudadana a nivel prescriptivo corresponde al enfoque de política pública orientado a incrementar el bienestar de los ciudadanos a través del cambio de comportamientos colectivos de parte de los mismos. Esto conlleva una concepción de corresponsabilidad de lo público, en el cual no sólo el Estado es responsable del bienestar de sus ciudadanos, o de luchar contra la corrupción y garantizar el cumplimiento de la ley, sino que se reconoce en los ciudadanos un enorme potencial de cooperación (Grupo visionarios, 2014).

2.3 Requerimientos

2.3.1 Diagnóstico situación actual de la cultura ciudadana en la ciudad de Cartagena de Indias

Dado que la ciudad de Cartagena no contaba con un diagnóstico de cultura ciudadana, entre septiembre de 2009 y febrero de 2010 la Corporación Visionarios por Colombia en alianza con la Escuela de Gobierno y Liderazgo y la Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena, realizó el diagnóstico de cultura ciudadana. Con base en este estudio se ha intentado generar un proceso de cultura ciudadana.(Acosta Amel, 2011)

En el Plan de Desarrollo “Por Una Sola Cartagena” (2008-2011) hay una estrategia que busca lograr procesos de cultura ciudadana y acciones de inclusión social; de allí nacieron los Vales del Almirante Padilla como un grupo gestor de cultura ciudadana integrado por personas que históricamente estaban excluidas.

En 2011 se realizó una nueva encuesta, donde se pudo observar que en movilidad el resultado no ha cambiado en comparación con el primer diagnóstico. Los principales resultados que se hallaron en los diagnósticos realizados en 2009 y en 2011 sobre cultura ciudadana son los siguientes:

En relación con las ciudades evaluadas, Cartagena presenta una buena relación abstracta con la ley, debido a la mayor valoración emocional positiva que ésta presenta, a la intención de participación en su creación y modificación, a una mayor percepción de su carácter colectivo y consensual, y a una mayor propensión a aceptar el castigo legal cuando se ha infringido la ley.

Asimismo, esta ciudad revela una tendencia a realizar acuerdos superior a la del conjunto de ciudades evaluadas y frente al incumplimiento propio de acuerdos, es mayor la tendencia a resolver la situación y realizar nuevos acuerdos.

A su vez, en Cartagena se muestra más confianza en la gente, la policía, fuerzas militares, funcionarios públicos y políticos. Además, reporta menos problemas de convivencia comparada con Barranquilla y Santa Marta, y frente a los conflictos de convivencia muestra una buena disposición para acudir a las autoridades; siendo éstas el principal mecanismo de intervención.

Cartagena presenta un buen potencial para resolver los conflictos de convivencia por las vías no violentas, registrando bajos porcentajes de agresión física o verbal en todos los niveles socioeconómicos. La principal forma de resolver los conflictos es acudiendo a las autoridades. Esto se evidencia en el hecho de que Cartagena posee una de las tasas más bajas a nivel nacional de violencia interpersonal, al considerar que la violencia no es la forma más adecuada para resolver conflictos. Igualmente, los cartageneros no se muestran indiferentes ni pasivos frente a la violencia intrafamiliar.

En cuanto a los aspectos por mejorar en Cartagena, se resaltan en el diagnóstico los siguientes: existe una aceptación elevada hacia el porte de armas, existe la percepción de que la inseguridad en la ciudad ha aumentado y surge la necesidad de que se dé más atención y priorización al problema de los homicidios en la ciudad. En relación con la generación de confianza y los acuerdos, existe desconfianza en el cumplimiento de los mismos, sobre todo en las personas de estratos altos. A pesar de que Cartagena muestra un buen perfil tributario, existe una propensión a tolerar la evasión impositiva y las venta informales. Finalmente, existe un bajo nivel de rechazo hacia las personas corruptas de parte de la ciudadanía (Cartagena Cómo Vamos, 2008).

Finalmente, al evaluar el espacio público y la movilidad en Cartagena se hace evidente una brecha socioeconómica, en donde el transporte se convierte en un espacio diferenciador entre los estratos.

Estos son los tres elementos más destacados en el comportamiento problemático del espacio público de Cartagena:

- ❖ Cartagena presenta desigualdades sociales en la apropiación del espacio público. Mientras que el 64% de los cartageneros de estratos altos visita el Centro Histórico al menos una vez por semana, tan sólo el 35% de los cartageneros de los estratos bajos lo hacen. De igual forma, es evidente en este mismo estudio que los estratos 5 y 6 son quienes más acuden al Centro por razones de esparcimiento, mientras que sólo el 28% de la población de estrato medio o bajo lo hace por esta misma razón.
- ❖ Mientras que en ciudades como Bogotá, Medellín y Ciudad de México, la desigualdad social no se hace evidente en los medios de transporte, en Cartagena se evidencian brechas sociales en cuanto al medio de transporte más usado. Esto se determina a partir de las diferencias porcentuales que existen entre las personas de estratos altos y bajos al montarse en un bus, buseta o colectivo, y en transporte particular.
- ❖ El tercer punto problemático del espacio público y movilidad que detecta la encuesta son las muertes y lesiones en accidentes de tránsito, sobre todo las de motos. Aunque la tasa de muertes en Cartagena es menor a la nacional y se ha mantenido así por mucho tiempo, no se debe subestimar la tarea de salvar vidas en cualquier contexto.

2.3.2. Diagnóstico de la actual situación de movilidad en Cartagena

De acuerdo al Plan de desarrollo Ahora Sí 2013 – 2015, el problema de movilidad actual en la ciudad de Cartagena no es fácilmente solucionable, es estructural y por ende necesita de respuestas inmediatas y concretas por parte de las autoridades del Distrito quienes en la última década no han desarrollado una labor novedosa y aplaudible que le brinde beneficios a los cartageneros. En el año 2010, en Colombia hubo una venta sin precedentes de 253.869 vehículos automotores, lo que significó un aumento del 37,1% frente al año 2009, lo que significa un enorme número de nuevos carros circulando y una infraestructura vial que no responde a este vertiginoso crecimiento. Así mismo, una buena cantidad de esos nuevos vehículos están circulando en Cartagena, la ciudad que más problemas tiene en materia de vías, porque su situación geográfica le impide expandirse en nuevas y amplias avenidas.

De acuerdo al Compendio Estadístico del DATT, en Cartagena, para el año 2013, habían matriculados en promedio 45 mil vehículos particulares, alrededor de 22 mil motocicletas y 2 mil 300 vehículos del sector público, para un parque automotor de más de 69 mil vehículos circulando actualmente por las vías de la ciudad.

Esta situación ha conllevado a la invasión de avenidas, calles, andenes y vías alternas en distintos sitios estratégicos de la ciudad por vehículos de transporte público, vehículos particulares, motos e inclusive vendedores estacionarios, lo que a su vez genera una problemática insostenible para la calidad de vida de los cartageneros.

Los niveles de contaminación del aire que se respira en Cartagena día tras día van superando los niveles de calidad deseables, los altos niveles de decibeles en ambientes exteriores como la Avenida Pedro de Heredia, Corredor Vial de Carga, el mercado de Bazurto y la alta accidentalidad en las principales vías urbanas, así como la degradación del carácter recreativo y de espacio para la comunicación y el disfrute por parte del peatón de las calles y demás espacio público habilitado para su circulación, exige la estructuración de

una propuesta de movilidad que conjugue las distintas maneras de desplazarse favoreciendo los modos más beneficios para la ciudad como bien son el caminar libremente por las aceras, utilizar el transporte público y por que no, desplazarse en bicicleta a costa de disminuir el atractivo de los medios de transporte más perjudiciales (vehículos particulares).

De acuerdo a la experiencia de muchos transeúntes y conductores de la ciudad, estos afirman que el primer síntoma de la saturación de carros son los llamados ‘embotellamientos’, los cuales se vuelven frecuentes en el día a día sobre todo en las horas pico y que a su vez se constituye en un serio problema que se agrava por la total desobediencia a las normas de tránsito.

A juzgar por las cifras de la industria automotriz en los últimos años, lo que se espera es un crecimiento sostenido de la venta de vehículos, de manera que en poco tiempo, el número de automotores circulando en la ciudad podría duplicarse, y el primer efecto se verá reflejado en un deterioro mayor de la movilidad, el aumento de los trancones y el caos en las vías urbanas.

Para reflejar una mejor radiografía de esta situación, se puede decir que en Cartagena, este problema se agrava principalmente aún más en ciertos barrios tradicionales como son: Bocagrande, Manga y Crespo, donde actualmente se construye un gran número de proyectos inmobiliarios, edificaciones que van desde 25 hasta 30 pisos cada una, que una vez ocupados aumentarán el número de vehículos particulares, los cuales vendrán a usar las mismas calles ya insuficientes y con notorios desgastes, por donde los buses urbanos, taxis y moto-taxis se enfrentan a diario en una competencia frenética que las vuelve peligrosas.

Es evidente que el problema de la movilidad no es un asunto que se resolverá sólo con más operativos de control o con el ejercicio indoblegable de la autoridad, tal como se pretende hacerlo de manera infructuosa en el mercado de Bazurto, donde el carril del ‘solo-

bus' es invadido constantemente por vendedores estacionarios que impiden el flujo normal de retorno en el sentido Centro – Bomba El Amparo, que sumado a la parálisis de las obras de Transcaribe convierte a este sector en el principal foco de congestión vehicular de la ciudad, sin que las autoridades Distritales se atrevan a tomar medidas de fonda para resolver este problema.

En el mismo orden de ideas, es válido decir que, cuando empiece a funcionar Transcaribe -un momento que cada día se mezcla más con la incertidumbre-, saldrán de las vías un buen número vehículos de servicio público (buses y busetas), siempre y cuando las autoridades sean drásticas en impedir que se habiliten en otras rutas. Mientras tanto, el servicio de transporte urbano, imprescindible para la movilización de la gente, es también la principal causa del caos en las vías.

2.3.3. Situación ideal de movilidad en Cartagena de Indias

Una ciudad como Cartagena, sede de grandes e importantes eventos de todo tipo donde se gestan acuerdos económicos, políticos y culturales del orden nacional e internacional, con el estatus vigente de ser Patrimonio Histórico y Cultural de Humanidad y catalogada como el segundo destino turístico de Colombia, merece estar a la altura de sus títulos y ofrecerle tanto a propios como visitantes las comodidades que solo puede ofrecer una metrópoli de su categoría.

El transporte urbano en Cartagena debe ser un ejemplo para las demás ciudades del país, mediante la puesta en marcha del SITM – Transcaribe, el cual está llamado a resolver la actual situación de caos vehicular y contaminación ambiental que viven los habitantes de la ciudad en las principales vías, movilizandose según El Universal (2012) a las 452 mil personas que a diario utilizan el transporte público. Así mismo, se espera que con la entrada en funcionamiento de este sistema, su funcionamiento se complemente con la ampliación de vías neurálgicas, la construcción de otras para conectar avenidas principales, puentes elevados y, sobre todo, manteniendo en óptimo estado las vías existentes.

Esta medida necesariamente debe desembocar en una verdadera reducción de la contaminación atmosférica y del ruido, así como los altos niveles de estrés que se generan en la población cartagenera. De igual forma, si el sistema de transporte masivo es eficaz, no habría mucho problema en que se desincentive el uso de los vehículos particulares y las personas adquieran conciencia ciudadana adoptando cuidados hacia el medio ambiente utilizando otros elementos de transporte sustitutos como el caminar trayectos cortos que antes se hacían en vehículos automotores o el uso de las bicicletas públicas provistas de manera gratuita por el Distrito para darle cobertura a los más pobres o para aquellos que prefieren hacer ejercicio yendo a sus lugares de trabajo.

Por otra parte, un segundo paso para descongestionar las vías es retirar de circulación los carros viejos como lo determinan las actuales normas de tránsito, por ejemplo los camperos que prestan el servicio de transporte colectivo en barrios por donde no pasan las rutas de buses.

También es necesario poner freno a la introducción de nuevos taxis, ya que en estos momentos, según comunicados del DATT, hace mucho tiempo la oferta de estos superó con creces a la demanda.

2.3.4 Definición del objetivo general campaña pedagógica de sensibilización ciudadana

- ❖ Aumentar la capacidad de los ciudadanos de cumplir y cooperar de manera voluntaria (regulación social) por medio de la armonización de desarrollos formales (jurídicos) con sus correlatos informales (regulación cultural y moral), para lograr así comportamientos, actitudes y justificaciones de la gente que sean congruentes con las políticas públicas.

2.3.5 Diseño y estructuración

Para el desarrollo y la implementación eficaz de campañas pedagógicas que promuevan la cultura ciudadana en la ciudad de Cartagena, se debe empezar indefectiblemente por dar ejemplo; esto se logra a través de la pedagogía como apoyo y la investigación como procesos estratégico, identificando problemas y necesidades sociales de la ciudad, para el desarrollo de acciones concretas que conlleven a la resolución de los mismos. En este sentido, están obligados a dar buen ejemplo, en primer lugar: las instituciones, seguidas por las personas de estratos altos, hasta llegar a aquellos ciudadanos con niveles de vida y educación mucho más modestos

2.3.6. Implementación

La campaña pedagógica de sensibilización ciudadana es una poderosa herramienta que permitirá transmitir de manera eficaz a la ciudadanía de Cartagena un modelo de concientización diseñado para aumentar la capacidad de los ciudadanos de cumplir y cooperar de manera voluntaria, aumentar la regulación social por medio de la armonización de desarrollos formales (jurídicos) con sus correlatos informales, mejorar la óptima movilidad peatonal y vehicular en la ciudad, mediante pequeñas acciones individuales que sumadas una por una, conllevaran a darle cumplimiento a los objetivos del presente proyecto.

En primer lugar, se procederá a seleccionar una agencia de publicidad con amplia trayectoria y experiencia en el tema de campañas de sensibilización ciudadana y/o venta de productos de consumo masivo para que sintetice y ejecute la estrategia a seguir de acuerdo a los objetivos de campaña propuestos.

Cabe destacar que la estrategia publicitaria deberá cumplir con los requisitos de impacto masivo, comunicación eficaz e innovación para que pueda funcionar entre el target al se va a dirigir. Teniendo en cuenta estos elementos se aprobarán la consolidación gráfica

de la respectiva campaña y se autorizará a la producción de piezas publicitarias relacionadas con prensa, radio, televisión y publicidad exterior y de esta forma dar inicio formal de la estrategia en medios locales, con una intensidad de 6 meses.

2.3.7 Costos de ejecución campaña

Las estimaciones de costos la ejecución de la Campaña Pedagógica de Sensibilización Ciudadana, representan una tentativa en la anticipación de los costos reales en los cuales se incurrirán y están sujetos a rectificaciones a medida que se comparan. Esta información fue elaborada con base en información secundaria disponible, los cuales se desglosan en la siguiente tabla.

Tabla 1. Costos de ejecución Campaña Pedagógica de Sensibilización Ciudadana

DETALLE INVERSIONES	DESCRIPCIÓN PAUTA	CANT	DURACIÓN (meses)	COSTOS
Publicidad Institucional / Emisoras de radio local	Cuñas de 30"	4000	12	\$ 220.000.000
Publicidad Institucional / Prensa Local	Avisos de 1/2 página	50	12	\$ 350.000.000
Publicidad Institucional / Televisión Local	Spots de 30"	1500	12	\$ 70.000.000
Publicidad Institucional exterior en vallas	12 mts x 4 mts	10	12	\$ 800.000.000
Publicidad Institucional exterior en mupis	Paraderos y C.Ciales	300	12	\$ 500.000.000
Publicidad Institucional / Estaciones de Transcaribe	Avisos luminosos	20	12	\$ 50.000.000
Publicidad Institucional en buses articulados de Transcaribe	Brandeo	658	12	\$ 700.000.000
Asesoría Publicitaria para campaña de sensibilización	N.A.	N.A.	N.A.	\$ 150.000.000
TOTAL COSTOS ESTIMADOS				\$ 2.840.000.000

Fuente: Autor del proyecto, 2015.

2.3.6 Seguimiento y medición del impacto

Se basa en la ejecución de encuestas de precepción ciudadana, relacionadas con aspectos de la cultura y responsabilidad ciudadana frente a Transcaribe. El propósito de dicho instrumento estará enfocado en mostrar la percepción, opinión y nivel de satisfacción de la ciudadanía frente a aspectos como la movilidad, el espacio público, la responsabilidad ciudadana y el Sistema Integral de Transporte Masivo –Transcaribe.

CAPÍTULO III

3. ESTRATEGIAS FORMATIVAS EN CULTURA CIUDADANA PARA LOS USUARIOS POTENCIALES DEL SISTEMA TRANSCARIBE

Las estrategias formativas de cultura ciudadana para la aceptación y credibilidad del Sistema Integrado de Transporte Masivo – Transcaribe, se diseñaran en función de recuperar la confianza de la comunidad después de tantos años de construcción y molestias causadas a la comunidad cartagenera. Así mismo, con dichas iniciativas, se pretende mejorar la calidad de vida urbana en la ciudad de Cartagena, desincentivando el desplazamiento en vehículos particulares (Automóviles – Motos) y acelerando la puesta en marcha del nuevo Sistema Integrado de Transporte Masivo como sustituto principal en la movilidad de los habitantes.

Una estrategia pensada para enseñar cultura ciudadana no sólo se debe enfocar en una actividad o en mencionar la regla a seguir, ya que de acuerdo a Paul McClean (1998) hay cinco canales de percepción que se deben impactar con la comunicación, como son la imagen, el movimiento, el sonido, lo verbal y lo escrito. Asimismo se debe tener en cuenta al diseñar la estrategia la diversidad de públicos objetivos; no es lo mismo dar una información a una persona de 18 años que a un adulto mayor o a un niño.

En este sentido, las estrategias que se presentan a continuación han sido pensadas y diseñadas para que se apliquen de acuerdo a la teoría anteriormente expuesta.

- ❖ **Estrategia No. 1:** Mejorar la imagen del proyecto e Incentivar el uso del Sistema Integrado de Transporte Masivo - Transcaribe como el principal medio para el desplazamiento de la población en la ciudad.
- ❖ **Estrategia No. 2:** Reducir el uso vehículos particulares como elementos dominantes del paisaje urbano. En Cartagena de Indias, la excesiva presencia de vehículos particulares

(carros y motos), es la principal causa entre los problemas más preocupantes de ámbito local. La contaminación atmosférica y acústica, los trancones, la peligrosidad para los peatones del tránsito por las calles, el irrespeto constante y cínico de las señales de tránsito, las dificultades para el parqueo o estacionamiento y la pérdida de eficacia del actual transporte público compuesto por buses, busetas y taxis, tienen como denominador común, precisamente, el abuso del vehículo particular como medio de transporte.

- ❖ **Estrategia No. 3:** Promover la reducción de la tasa de agentes contaminantes en el aire (Oxido de Nitrógeno, Oxido de Ozono y CO₂), con el fin de mejorar la atmósfera de la zona municipal, de tal manera que no cause ningún riesgo para la salud de las personas.

Ahora bien, como ya es conocida la estrecha relación entre el tráfico de vehículos de motor y las altas concentraciones de contaminantes atmosféricos en las zonas urbanas, se hace necesario una reducción sustancial en cuanto al uso de vehículos particulares y el fomento por la utilización del SITM – Transcaribe y otros medios alternativos como la bicicleta.

- ❖ **Estrategia No. 4:** Reducir los niveles de ruido o contaminación auditiva en ambientes exteriores.

Para muchos de los cartageneros el ruido es el principal problema ambiental en la ciudad y existen evidencias de una estrecha relación entre el número de automóviles circulando por calle y avenidas y los niveles de ruido, pudiendo afirmarse que el tráfico es la principal causa del ruido en ambientes exteriores en la ciudad. El desarrollo de esta estrategia van de la mano con los resultados obtenidos con la Estrategia No. 2 y la reducción del parque automotor de la ciudad.

- ❖ **Estrategia No. 6:** Invitar a los peatones a que sustituyan determinados trayectos cortos en los que muchas veces se abusa del vehículo particular y el transporte público por los

desplazamientos a pie o mediante el uso de las bicicletas públicas dispuestas para tal fin.

- ❖ **Estrategia No. 7:** Fortalecer alianzas estratégicas con la Policía y Armada Nacional para garantizar un adecuado flujo vehicular, el respeto por las normas de tránsito y la seguridad de los usuarios del SITM – Transcaribe. La idea es que en cada esquina de las principales avenidas de la ciudad exista presencia de un miembro de la fuerza pública que brinde seguridad a los usuarios de Transcaribe y las bicicletas de uso público provistas por el Distrito.

3.3. Plan de acción propuesto

ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	EJECUTOR
Mejorar la imagen del proyecto e Incentivar el uso del Sistema Integrado de Transporte Masivo - Transcaribe como el principal medio para el desplazamiento de la población en la ciudad.	Afianzar la efectividad en el tiempo de ejecución de las obras y mostrar a la ciudadanía los resultados actuales, fijando una fecha de entrega definitiva, mediante una agresiva campaña publicitaria en medios masivos de comunicación.	Alcaldía de Cartagena	Gerencia de Transcaribe
Reducir el uso vehículos particulares como elementos dominantes del paisaje urbano.	Comunicar asertivamente las grande bondades del SITM y demostrar que exceden a las del uso del vehículo particular	Alcaldía de Cartagena	Gerencia de Transcaribe
Promover la reducción de la tasa de agentes contaminantes en el aire	Adquirir la mejor oferta de buses ecológicos y amigables con el medio ambiente para el SITM y comunicarle a la ciudadanía este valor agregado, para incentivar su uso.	Alcaldía de Cartagena	Gerencia de Transcaribe
Reducir los niveles de ruido o contaminación auditiva en ambientes exteriores.			
Invitar a los peatones a que sustituyan determinados trayectos cortos en los que muchas veces se abusa del vehículo particular y el transporte público por los desplazamientos a pie o mediante el uso de las bicicletas públicas dispuestas para tal fin.	Desarrollar el sentido de civismo y amor por la ciudad mediante la comunicación y socialización de los beneficios que se obtienen al poner en marcha este tipo de iniciativas.	Alcaldía de Cartagena	Gerencia de Transcaribe
	Promover la construcción de ciclorutas y estaciones para bicicletas de uso gratuito para la ciudadanía, con el fin de que la gente se movilice mientras se ejercita y preserva el medio ambiente	Alcaldía de Cartagena	Gerencia de Transcaribe
Fortalecer alianzas estratégicas con la Policía y Armada Nacional para garantizar un adecuado flujo vehicular, el respeto por las normas de tránsito y la seguridad de los usuarios del SITM – Transcaribe.	Establecer convenios de cooperación que involucren a personal militar para el desarrollo e implementación de programas de civismo y cultura ciudadana.	Alcaldía de Cartagena	Policía Nacional /Armada Nacional

Fuente: Autor del proyecto, 2015.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo principal proponer un modelo de responsabilidad social para la formación de usuarios del sistema Transcaribe en Cultura Ciudadana, y de esta forma minimizar los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos de interés con los que se va interrelacionar. Se observa así que la responsabilidad social empresarial es una excelente opción empresarial para obtener muy buenos beneficios al mismo tiempo que se contribuye con el desarrollo de la empresa en sí y su entorno.

En este sentido se concluye que los habitantes de la ciudad de Cartagena requieren de manera urgente la puesta en marcha de un sistema de transporte público eficiente y efectivo en cuanto a tiempos de desplazamiento cortos, seguridad ciudadana en los buses, comodidad. De igual forma, también se pudo determinar que la principal necesidad que tienen las personas frente a la puesta en marcha de Transcaribe son: tiempos de desplazamiento eficientes. En contraste, las personas encuestadas enfatizaron que el actual problema que posee el sistema de transporte público actual, tiene que ver con la falta de civismo y profesionalismo de los conductores.

Por otra parte, vale la pena anotar que para la gran mayoría de las personas que manejan su vehículo particular en la ciudad, las sensaciones que les produce esta actividad tiene que ver con el estrés y nervios, por lo que se infiere que ante la puesta en marcha de Transcaribe, muchas de estos individuos serán jalonados por el sistema una vez comprueben que sus bondades son mayores a utilizar el vehículo particular.

BIBLIOGRAFÍA

CHACON, CARMEN. (2001). La empresa social: la responsabilidad social de la empresa, Valencia, ponencia presentada en las Jornadas de Empleo: La inclusión social de personas vulnerables.

CHAGAS, C.; PACHI, F.; ARBEX, N. (2007). Conceptos e indicadores de responsabilidad Social empresarial. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje.

GARCÍA, FERNANDO. (2004) La tesis y el trabajo de tesis. México: Limusa.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO, CARLOS FERNÁNDEZ Y PILAR BAPTISTA. (2008) Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

HERNANDEZ SAMPIERI, ROBERTO; FERNANDEZ COLLADO CARLOS; BAPTISTA LUCIO, PILAR. (2000) Metodología de la Investigación. México. Mac Graw Hill.

MARTÍNEZ HERRERA, H. (2005), El marco ético de la responsabilidad social empresarial, Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Pacto Mundial de Naciones Unidas. “Principios para una educación responsable en gestión”. Publicación del Pacto Mundial de Naciones Unidas en Julio 2007 (Traducción autorizada a ASCOLFA por la Oficina del Pacto Mundial de Naciones Unidas. 2008.

PARIENTE, JOSÉ LUIS. (1997) ¿Cómo escribir una tesis de grado? Bogotá: Editoriales asociados.

ROZAS FLORES, ALAN ERROL. (2009) La responsabilidad social de las empresas. Revista Quipukamayoc Vol. 16, N° 32., pp 121-133. 2009

SOLANO, J. BEDOYA, CLAUDIA. (2008, Agosto), “La responsabilidad social: aspecto inherente al desarrollo histórico de la Universidad del Rosario”, núm. 16, Bogotá, Universidad del Rosario.

SULBARÁN, J.P., (2010). “El concepto de responsabilidad social de la empresa” en Revista Economía, N° 10, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes.

URIBE BOTERO, A., Y SCHUMACHER GAGELMAN, CH., (2005) Ética, Responsabilidad Social Y Empresa. Argentina, Editorial Universidad del Rosario.

ORJUELA, I. (2008). Responsabilidad social empresarial y proyectos de la secretaria de integración social en la Localidad de puente Aranda.

ANEXOS

ANEXO 1

PERCECIÓN CIUDADANA DE LA MOVILIDAD URBANA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA Y LA PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO – TRANSCARIBE

OBJETIVOS:

- Establecer la percepción de grupos de potenciales usuarios del Sistema Transcaribe, pertenecientes a diferentes sectores, en torno a la movilidad, el espacio público, la seguridad, convivencia y sentido de responsabilidad social frente a los medios de transporte de Cartagena.
- Identificar las necesidades, expectativas, inquietudes en los grupos potenciales usuarios, frente a la implementación del nuevo Sistema Integral de Transporte Masivo Transcaribe.
- Determinar las causas de los problemas en el sistema de transporte de Cartagena, semejanzas, diferencias, fortalezas y debilidades del mismo.

CUESTIONARIO

Fecha: DD / MM / AA

DATOS PERSONALES

NOMBRE Y APELLIDOS:	
DOCUMENTO DE IDENTIDAD:	
EDAD:	
GÉNERO	
OCUPACIÓN	
ESTRATO:	
LUGAR DONDE RESIDE:	

DIMENSIÓN 1. USO DEL TRANSPORTE PRIVADO EN CARTAGENA

Conteste marcando con una X las preguntas del 1 al 6, solo si posee vehículo particular propio

Pregunta 1. ¿Cuántos vehículos en total tienen su familia?

- Ninguno
- 1 vehículo
- 2 a 3 vehículos
- Más de 3 vehículos

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia utiliza su vehículo para movilizarse?

- a. Todos los días
- b. Una vez por semana
- c. Entre 2 y 3 veces por semana
- d. Entre 4 y 6 veces por semana
- e. Nunca

Pregunta 3. ¿Cuál es el principal motivo por el cual utiliza su vehículo privado?

- a. Por trabajo/Estudios
- b. Por comodidad
- c. Por ahorro económico
- d. Por placer
- e. Por viajes largos

Pregunta 4. Mencione el lugar de su mayor preferencia para ir en automóvil

- a. A municipios de la periferia
- b. A zonas de ocio, recreativas y deportivas
- c. Al centro de la ciudad
- d. De compras
- e. A trabajar/Estudiar

Pregunta 5. Referencie las principales sensaciones que siente al conducir en Cartagena

- a. Tranquilidad/Relajación
- b. Estrés/agobio/nervios
- c. Cansancio
- d. Apatía
- e. Seguridad y autocontrol

DIMENSIÓN 2. USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN CARTAGENA

Marque con X la respuesta que mejor se ajuste a su criterio

Pregunta 6. ¿Usted utiliza los servicios del transporte público en Cartagena?

- a. Si
- b. No

Pregunta 7. ¿Cuál es el medio de transporte que más utiliza para movilizarse en Cartagena?

- a. Buses y busetas
- b. Taxi colectivo
- c. Taxi

- d. Carro particular
- e. Bicitaxi
- f. Mototaxi

Pregunta 8. ¿Cuál es el tiempo promedio que le dedica usted en trayectos de transporte público?

- a. Menos de 30 minutos
- b. de 30 a 60 minutos
- c. Más de 60 minutos

Pregunta 9. ¿Cuál es el tiempo promedio que le dedica usted en esperar un medio de transporte público?

- a. Menos de 5 minutos
- b. De 5 a 10 minutos
- c. De 11 a 20 minutos
- d. Más de 20 minutos

Pregunta 10. ¿Cuál es su principal motivación para utilizar el transporte público?

- a. Por no caminar
- b. Por comodidad y tiempo
- c. No tengo otro medio de transporte
- d. Por ahorro económico

Pregunta 11. ¿Cuál es la percepción que tiene del transporte público en general de la ciudad de Cartagena?

- a. Muy mala
- b. Mala
- c. Regular
- d. Buena
- e. Muy buena

DIMENSIÓN 3. SEGURIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO

Marque con X la respuesta que mejor se ajuste a su criterio

Pregunta 12. ¿Cuál es su percepción acerca de la seguridad (ciudadana) en el transporte público de Cartagena?

- a. Muy mala
- b. Mala
- c. Regular
- d. Buena
- e. Muy buena

Pregunta 13. De acuerdo a su percepción ¿Cuál es el medio de transporte público (técnicamente) más inseguro de la ciudad?

- a. Mototaxis
- b. Taxis
- c. Buses y busetas
- d. Microbuses

DIMENSIÓN 4. SENTIDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA

Marque con X la respuesta que mejor se ajuste a su criterio

Pregunta 14. ¿Qué percepción tiene usted acerca de los programas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de transporte público en la ciudad?

- a. Es inexistente
- b. Las empresas son socialmente responsables

DIMENSIÓN 5. NECESIDADES, EXPECTATIVAS E INQUIETUDES DE LOS POTENCIALES USUARIOS FRENTE A LA PUESTA EN MARCHA DEL (SITM) TRANSCARIBE.

Marque con X la respuesta que mejor se ajuste a su criterio

Pregunta 15. ¿Cuál cree usted que deben ser las principales necesidades que debe satisfacer el Sistema Integrado de Transporte Masivo - Transcaribe?

- a. Comodidad
- b. Precio justo
- c. Seguridad en estaciones y buses
- d. Tiempos de desplazamientos eficientes

Pregunta 16. ¿Cuál son las principales expectativas, que usted como usuario, tiene frente al Sistema Integrado de Transporte Masivo - Transcaribe?

- a. Que sea puesto en marcha pronto
- b. Que sea un transporte rápido
- c. Que sea un transporte cómodo
- d. Que sea un transporte ecológico y amigable con el medio ambiente

Pregunta 17. ¿Cuál cree usted que son los principales problemas del actual sistema de transporte público en la ciudad de Cartagena?

- a. Abusos, maltrato verbal y físico
- b. Falta de civismo
- c. Poca inversión en la modernización de la flota
- d. Falta de profesionalismo de los choferes

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!