

Plan Estratégico y de RSE para la empresa STATION BIKE en el año 2022

Daniela Jaramillo Rivera

Diego Fernando Pineda Sepúlveda

Duván Esteban Sánchez Holguín

Juan Sebastián García

William Rojo Jaramillo

Tutora

Nathaly Johanna Rincón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Administración de empresas

2022

Resumen

Este proyecto tiene como finalidad aplicar para la elaboración de un Diplomado en Gestión Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial, seleccionar la empresa “Tienda de Bicicletas STATION BIKE” ubicada en la ciudad de Medellín, para realizar su diagnóstico, realizar un estudio mediante un herramienta de recopilación de información para observar las fortalezas y debilidades de la empresa en la norma internacional ISO 26000 en aplicación; participación ciudadana activa y desarrollo, luego de utilizar la herramienta (encuesta), continuamos analizando los resultados utilizando la herramienta árbol de problemas para identificar problemas, causas y consecuencias con el fin de lograr el 100% de aplicabilidad de la norma ISO 26000 y luego realizar un árbol de objetivos prediciendo posibles alternativas. La mejor solución, la acción final y el plan de seguimiento están diseñados para establecer objetivos para el progreso de un plan estratégico de RSE basado en tres dimensiones (económica, social, ambiental).

Palabras clave: Ambiental, Comunidad, Económico, Normas, Social.

Abstract

The purpose of this work is to apply for the preparation of a Diploma in Strategic Management and Corporate Social Responsibility, select the company "STATION BIKE BicycleStore" located in the city of Medellín, to carry out its diagnosis, carry out a study using a information gathering to observe the strengths and weaknesses of the company of the international standard ISO 26000 in application; in each of its topics: organizational management, human rights, labor practices, environment, fair operating practices, consumer issues, active citizen participation and development, after using the tool (survey), we continue to analyze the results using the tool problem tree to identify problems, causes and consequences in order to achieve 100% applicability of ISO 26000 and then make an objective tree predicting possible alternatives. The best solution, the final action and the follow-up plan are designed to establish objectives for the development of a strategic plan of corporate social responsibility based on three dimensions (economic, social, environmental).

Keywords: Environmental, Community, Economic, Standards, Social.

Tabla de Contenido

Objetivo	7
Conceptualización.....	8
Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico	8
Resumen Características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la responsabilidad social empresarial.....	9
Póster gobierno corporativo.....	13
Ensayo producción limpia y consumo sostenible	14
Información institucional de la empresa	18
Aplicación.....	20
Marco institucional (Direccionamiento Estratégico de la empresa seleccionada expresado con figuras propias y sus propias palabras)	20
Diagnóstico (Resultados y análisis a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información).....	23
Análisis de resultados	27
Matriz de marco lógico (Árbol de problema y Árbol de Objetivos con sus respectivas explicaciones)	31
Mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental e inclusión de los stakeholders	33
Plan de Mejoramiento	35
Plan de acción y de seguimiento (con sus respectivas explicaciones)	35
Conclusiones.....	37
Referencias.....	38
Apéndice	40

Lista de Figuras

Figura 1. Evolución del pensamiento estratégico.	8
Figura 2. Gobierno Corporativo.....	13
Figura 3. Estructura Organizacional.	19
Figura 4. Presupuesto de ventas.....	23
Figura 5. Total utilidades vs Total Gastos 2021.	24
Figura 6. Total empleados Station Bike.....	24
Figura 7. Empleados hombres Station Bike.....	24
Figura 8. Empleados Mujeres Station Bike	25
Figura 9. Nivel de satisfacción de los empleados con el salario mensual Station Bike.....	25
Figura 10. Manejo de los residuos sólidos Station Bike.....	25
Figura 11. Recomendaciones honestas en Station Bike.....	26
Figura 12. Tiempo de respuesta (mantenimiento y reparación de bicicletas).....	26
Figura 13. Tiempo de respuesta (productos defectuosos).....	27
Figura 14. Eventos realizados por Station Bike.....	27
Figura 15. Árbol de problemas STATION BIKE	31
Figura 16. Stakeholders STATION BIKE	32
Figura 17. Árbol de Objetivos STATION BIKE	33
Figura 18. Mapa Estratégico STATION BIKE.....	34

Lista de Tablas

Tabla 1. Marco Institucional	20
Tabla 2. Plan de Acción y seguimiento	35

Objetivos

Objetivo General

Fortalecer el grado de RSE de la empresa "STATION BIKE", según la norma ISO 26000.

Objetivos Específicos

Identificar fortalezas y debilidades, mediante el análisis a la empresa "STATION BIKE" en las tres dimensiones de la norma ISO 26000. (económico, social y ambiental)

Realizar un árbol de problemas, árbol de objetivos, mapa estratégico y plan de acción y seguimiento, para consolidar la implementación según la norma ISO 26000. a la empresa "STATION BIKE"

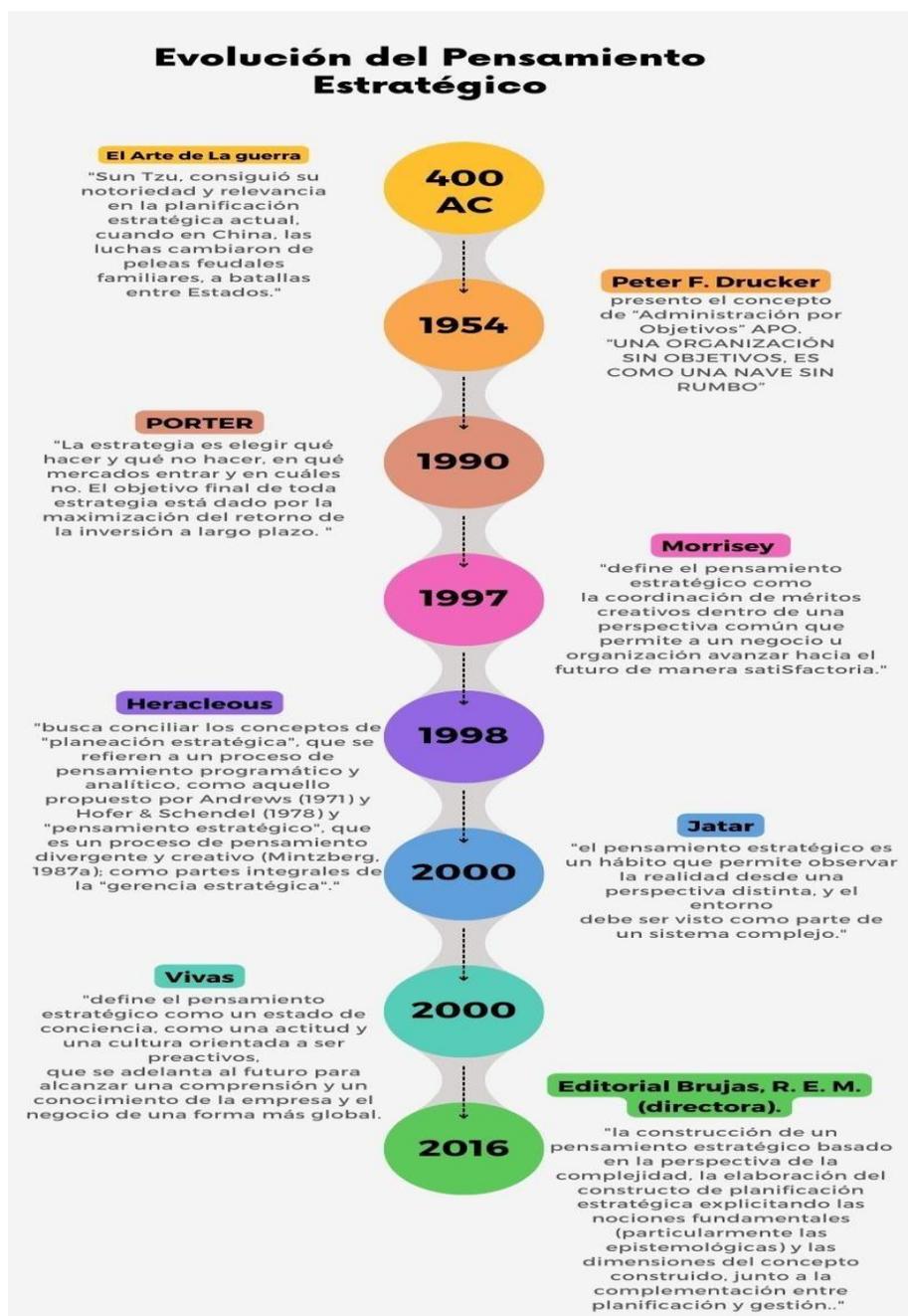
Construir el plan estratégico de responsabilidad social para la empresa "STATION BIKE"

Conceptualización

Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico

Figura 1.

Evolución del pensamiento estratégico.



Fuente: Elaboración Propia

Resumen Características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la responsabilidad social empresarial.

Iniciamos conociendo poco sobre RSE, quiero traer estos conceptos que me parecen acertados.

Es la integración en las operaciones de la empresa de políticas y actuaciones que recogen las preocupaciones sociales y medioambientales con la finalidad de impulsar en paralelo al desarrollo de su actividad económica. Es un compromiso firme y voluntario de la empresa con prácticas más honestas, transparencia en la gestión y respeto por el desarrollo del entorno. También una actividad estratégica adicional en la competencia comercial, que es rentable y suma un valor agregado a la empresa.

Una empresa socialmente responsable toma decisiones conscientes con el fin de lograr un equilibrio entre la gente, el planeta y lo económico. Encontramos que muchas empresas ven el respaldo en los paradigmas que podemos encontrar en este término los cuales van desde lo Voluntario, Auto Regulado, Rentable, Capaz de contribuir a un mundo más humano he eficiente y sustentable.

Principales características de la RSE: Visión integral de negocios, donde la compañía crea valor económico (beneficio económico), ambiental (planeta) y social (personas), RSE está integrada entodos los procesos del negocio. Esto significa que todas las decisiones de negocios buscan un equilibrio entre los intereses de los diferentes actores involucrados, RSE es personalizada. Cada empresa implementa la RSE de manera diferente, dependiendo de su tamaño, sector, cultura empresarial y estrategia, RSE es una estrategia de negocios que genera ganancias económicas a mediano y largo plazo: reduce sus costos optimizando procesos, genera crecimiento (nuevos productos, mercados y consumidores) y mejora la imagen de su empresa, RSE se puede implementar en PYMES y en grandes multinacionales. A veces, es hasta más fácil implementarla

en una PYME, dado que se implementa el modelo de gestión sustentable antes de que la empresa empieza a crecer y así forma parte de la cultura organizacional. En muchos casos vemos que los elementos que nos permite a la RSE tener congruencia y poder ser efectivo al momento de funcionar en las diferentes empresas es la confianza de poder brindar beneficios a las diferentes poblaciones.

La responsabilidad social, brinda los siguientes beneficios a la empresa: Fidelidad y aprecio, Confianza y transparencia a proveedores, Oportunidades, nuevos negocios, Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad, Aumento de la productividad y la rentabilidad, Compromiso y adhesión de sus empleados, Mejoramiento de la cultura organizacional, Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas.

Factores que implementan RSE en las empresas: Nuevas inquietudes y expectativas de la ciudadanía, consumidores, poder público e inversores en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala, Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas y las instituciones tanto en calidad de los consumidores como de inversores, La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica, La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación. La responsabilidad social empresarial es un estándar de calidad que consumidores finales, clientes, gobiernos y la comunidad exigirán cada vez más a las empresas y no incluir RSE está considerado entre los principales riesgos que más amenazan el desarrollo empresarial.

Con base en la información anterior y otros postulados podemos afirmar que la gerencia estratégica que es la herramienta para administrar y ordenar los cambios, en donde se definen los objetivos específicos de la organización estableciendo estrategias para lograr lo planteado. La

gerencia estratégica no pretende predecir a futuro lo que pasara, tampoco la toma de decisiones futuristas, ni pretende eliminar riesgos, lo que pretende es asegurar que se tomen los riesgos correctos en el momento oportuno, logrando lo mejor para la empresa u organización. el mundo de hoy se caracteriza por un entorno cada vez más competitivo, en donde lo proactivo, debe prevalecer sobre lo reactivo, por lo que los gerentes que sean capaces de

Hilvanar un pensamiento estratégico, serán los que tengan mayores posibilidades de ser exitosos en este mundo hiper competitivo. En Colombia las Organizaciones actuales requieren más que un manejo rutinario y repetitivo, las altas exigencias del entorno las obliga a crear mecanismos que las ayuden a mantenerse y crecer, para ello es necesario que quienes dirigen no sean simples gerentes encaminados en paradigmas

procesos tradicionales “lógicos”, pues la creatividad en la estrategia es fundamentalmente ilógica, conducente a desafiar el pensamiento comúnmente aceptado; sino que sean estrategias, con capacidad de crear mejores formas de realizar la acción empresarial, que permita obtener o aumentar la ventaja competitiva de la empresa, pues es esta, el fundamento de toda estrategia.

La globalización, el incremento de la información disponible y los constantes adelantos tecnológicos y científicos son apenas algunos de los grandes fenómenos presentes en el mundo empresarial actual, así pues, las destrezas que hasta hace unas décadas eran fundamentales para el buen desempeño de cualquier organización han pasado a un segundo plano y le han cedido el Puesto a un conjunto de nuevas habilidades de las que no podrá prescindir ninguna empresa que quiera mantenerse a la cabeza del mundo corporativo competitivo de hoy y de un futuro inmediato. El desarrollo de metodologías para el conocimiento del entorno organizacional y la aplicación de conceptos fundamentales de estrategias, para direccionar y lograr ventajas sostenibles en las organizaciones colombianas a largo plazo son uno de los pilares que se pretender

poner en marcha desde hace varios años, como lo es también la formación en las organizaciones de líderes estratégicos, capaces de articular la visión de la organización y la habilidad de motivar a las personas para participar activamente, en la aplicación de los procesos administrativos en las diferentes áreas de responsabilidad con el fin de hacerlas eficientes y eficaces.

En el contexto del desarrollo empresarial es primordial, para que los gerentes, jefes y directores se desempeñen con éxito en todas las funciones, en especial en la planificación, organización, coordinación, dirección y control, así como en sus roles diferenciados tales como los interpersonales, informacionales y decisorios; por lo tanto, fortalecer las habilidades de pensamiento estratégico y las capacidades de gerenciamiento con sentido estratégico es de alto valor para aquellas empresas, empresarios, profesionales y organizaciones que tienen entre sus prioridades ser más competentes.

Finalmente, desde un contexto nacional e internacional las empresas con altos índices de responsabilidad social empresarial, son empresas que aportan positivamente al desarrollo sostenible de sus regiones y estos aportes a su vez brindan grandes beneficios a las empresas, como es el caso de la fidelización de clientes, mejoramiento de imagen corporativa, confiabilidad para inversionistas nacionales y extranjeros; siendo precisamente estos beneficios las que vuelven rentable para las empresas el incursionar y gestionar ampliamente en los temas de RSE, puesto que estos son una excelente estrategia empresarial que beneficia a toda la sociedad en general y obviamente al ser la empresa parte de la sociedad, será beneficiada ampliamente directa e indirectamente.

Póster gobierno corporativo

Figura 2.

Gobierno Corporativo.

Gobierno Corporativo

Grupo 101008_7.

¿ QUÉ ES ?

Son las Empresas dirigidas y controladas con prácticas gerenciales más transparentes para contribuir a un mejor desempeño....



¿ CARACTERISTICAS?

- 01** Empresas donde la transparencia es el centro de su crecimiento y competitividad.
- 02** Empresas con un enfoque de Profesionalizar las Prácticas Administrativas.
- 03** Empresas que se encuentra en una fase donde reforzar los derechos de los socios hace parte del crecimiento de la misma.

VENTAJAS

- ✓ Mayor apertura del mercado respecto a financiamiento, esto se debe a que los países que protegen firmemente los derechos de propiedad tienen mercados financieros y de capital más desarrollados.
- ✓ Mayor valoración de las empresas: las estructuras de buen gobierno corporativo impulsan a las empresas a crear valor y a establecer sistemas de rendición de cuentas y control acordes a los riesgos involucrados.

APORTES AL BIENESTAR DE LAS PERSONAS

Las empresas son la base de la economía de la sociedad; cuando estas desarrollan actividades y relaciones eficientes y transparentes entre todos los participantes se ve reflejado en una mejor calidad de vida de todas las personas.

Norma de Gestión Internacional

Made with PosterMyWall.com

Fuente. Elaboración propia

Ensayo producción limpia y consumo sostenible

“Producción limpia y consumo sostenible, pilares del desarrollo sostenible”

Dentro de aquello que se denomina problemática ambiental hay un factor clave que se denomina relación hombre-naturaleza, este ha sido abordado como el inicio de la problemática, la cual se abordada desde el punto de vista analítico en términos de deterioro, degradación y/o agotamiento de recursos naturales (Villamizar, 2000). Sin embargo, aunque los hombres y su contacto con la naturaleza se han relacionado a diversos factores contaminantes, existe una relación aún más estrecha entre los hombres y el daño ambiental cuando se ve el hombre desde el conjunto empresarial, una muestra de esto son las revoluciones industriales, que, si bien han llevado al mundo a conseguir grandes logros, también han explotado factores contaminantes alrededor del mundo en pro del beneficio económico eficiente.

En un mundo globalizado como el actual, donde gracias a diversos medios de comunicación y en especial a las herramientas tecnológicas como el internet y redes sociales, por medio de personas de diferentes países compartimos experiencias en diversos campos, ha tomado fuerza la cultura global del cuidado del medio ambiente, en parte gracias a las denuncias por medio de videos que se hacen en todo el mundo sobre eventos de destrucción de recursos naturales y ecosistemas ocasionados por personas y empresas, principalmente como consecuencia del aumento masivo de la industria en diversos sectores (productivo, textil, minería, hidrocarburos, entre otros...)

Siendo precisamente esta preocupación mundial, con mayores índices de conciencia en algunos países más que en otros, la que genera la incorporación en el lenguaje empresarial, económico y social de los conceptos de producción limpia y consumo sostenible, donde:

Desde la década de 1990, la Producción Limpia ha sido promovida a nivel mundial, como una visión novedosa para involucrar la actividad empresarial a los proyectos relacionados con la conservación y protección ambiental. Por medio de su enfoque preventivo, distinto a los esquemas tradicionales de comando y control, la Producción más Limpia busca implementar proyectos que generen beneficios económicos, tangibles para las empresas y que a la vez lleven a beneficios ambientales... La Producción más Limpia, más allá de ser una estrategia enfocada simplemente a la disminución del impacto ambiental, es un concepto que ayuda a la competitividad de las empresas. (Hoof, B. V, 2008, pág. 13), Además, En el siglo XXI, estamos viviendo momentos de cambio. El modelo basado en el gasto desenfrenado, en el crédito ciego y en la sobreexplotación de recursos, está acabado. Sin embargo, el sistema occidental de libertades, mucho más importante que el actual modelo diseñado a partir de la segunda guerra mundial, debe perdurar y fortalecerse desde sus raíces. (Ortiz de Mendivil Llano, E, 2012, pág. 4).

La destrucción de los recursos naturales es una problemática mundial y de la cual todos somos responsables, unos en mayor medida que otros, pero todos tenemos un grado de responsabilidad en el cuidado, conservación y reutilización de los recursos naturales “no limitados”; aunque han sido muchos los avances a nivel mundial para establecer políticas para el cuidado de los recursos naturales, quizás el más resaltante es:

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, conocida como la “Cumbre de la Tierra” y celebrada en 1992 en Río de Janeiro (Brasil), reunió a representantes de 178 países y aportó importantes documentos de trabajo, como la “Declaración de Río” o la “Agenda 21”, con la finalidad de adoptar un enfoque de desarrollo con la protección del entorno. (Ortiz de Mendivil Llano, E, 2012, pág. 12).

En dicha cumbre, la denominada agenda 21. se resaltan, entre muchos otros aspectos ambientales, el concepto de producción más limpia, además los documentos soportes de dicha agenda contiene un conjunto de programas destinados a alcanzar una guía para lograr el desarrollo sostenible. Se trata de dirigirse hacia un desarrollo que sea ambientalmente sostenible en el acceso y uso de los recursos naturales y que contribuya a combatir las amenazas ambientales globales, Según la UNEP (2000) Clasifican dentro del trabajo en siete amplias áreas temáticas, cambio climático, desastres y conflictos, manejo de ecosistemas, gobernanza ambiental, productos químicos y desechos, eficiencia de recursos y medio ambiente bajo revisión y su compromiso general con la sostenibilidad.

Corea 1998 PML provee la oportunidad de obtener compromisos de alto nivel pro parte de líderes políticos, sociales y económicos para asegurar el reconocimiento y el apoyo general para una adopción más amplia e intensa de la PML (prevención de la contaminación).

El PML además de generar beneficios para el sector productivo, también produce resultados positivos en otras partes interesadas, donde la empresa genere un desempeño ambiental y agregue valor a la administración pública donde puede reducir sus costos de operación fomentando buenas prácticas ambientales.

Pero, las acciones tomadas hasta el momento a nivel mundial son insuficientes, prueba de dicha afirmación, son las noticias que salen día a día en la prensa internacional y nacional donde se da fe de los constantes daños ocasionados a los recursos naturales y a las diferentes especies y ecosistemas, teniendo con mayores responsables los diversos sectores de la economía mundial.

Caso puntual, la realidad de nuestro país “Colombia”, donde se reconocen algunos avances en la sensibilización, importancia del cuidado de los recursos naturales como pilar para la sobrevivencia de las diferentes especies y en particular la raza humana, tanto así que la constitución

política colombiana sienta las bases para el crecimiento de la economía del país, que va de la mano con el desarrollo sostenible, las consideraciones ambientales como principio fundamental que determina la obligación de proteger el país y el patrimonio natural y cultural de sus habitantes, planificando el manejo y uso de los recursos naturales para asegurar el desarrollo sostenible, la prevención y el control de los factores de degradación ambiental.

Dicha lucha por el cuidado de los recursos naturales, ha tenido varias facetas en Colombia, una de ellas fue:

La fusión de los Ministerios de Medio Ambiente y Desarrollo Económico, relegó el tema de la producción más limpia a la zona de los asuntos marginales (sin importancia política ni presupuesto); la inmediatez, importancia política y presupuestos de otros temas casi borran el tema de la agenda del Gobierno nacional, empezando por el nuevo Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial en el período (2002-2005); no obstante, con nuevas ideas, el Plan Nacional de Desarrollo (2006-2010) incorporó el tema dándole una mayor importancia, si bien no puede compararse con los temas de vivienda o saneamiento básico. El propósito de revisar la política nacional de producción más limpia, reactivar las agendas ministeriales y promover nuevos mecanismos que estimulan la prevención y la gestión de productos, así como el impulso de los tratados comerciales al tema ambiental, es una oportunidad para reactivar su validez en las estrategias empresariales. (Van hoof, bart & herrera 2007)

Hoy, la política ambiental avanza hacia el crecimiento sostenible y el alivio de la pobreza mediante la integración de las consideraciones ambientales en la política de los sectores prioritarios y la solución de las dificultades ambientales que perturban a las urbes más vulnerables. con participación ciudadana activa.

Pero estas acciones se quedan cortas ante las problemáticas ambientales de Colombia, entre muchas otras razones porque generar una cultura de cuidado, reutilización y el reciclaje de productos derivados de los recursos naturales no renovables, es una labor que requiere del compromiso de todas las entidades del estado, la empresa privada y los ciudadanos en general.

Un ejemplo puntual son los problemas de industrialización, que afectan los océanos los cuales han sido contaminados por sustancias peligrosas de estas industrias, por medio de descargas de aguas residuales industriales que llegan diariamente al océano sin ningún tipo de tratamiento.

Estos residuos han originado a través de los años una afectación de los sistemas hidrobiológicos y una alteración en calidad del agua y del suelo. Según la fuente el tiempo abril 30 de 2004 “contaminan aguas, sobre todo del río Bogotá.

Es decir, el cuidado de los recursos naturales, y en este caso puntual las estrategias de gestión ambiental (producción limpia-consumo sostenible), son una tarea que compete a todos los ciudadanos colombianos, iniciando por las entidades del estado que tienen la obligación de generar políticas ambientales estrictas, además de controlar y vigilar el cumplimiento de las mismas por parte de las empresas y los ciudadanos del común, las empresas privadas, independiente de la actividad comercial implementando políticas ambientales que les permitan ser productivos económicamente al mismo tiempo que aportan al cuidado de los recursos naturales, implementando tecnologías limpias y amigables con el medio ambiente, en cada uno de los procesos durante todo el periodo del ciclo de vida de sus bienes y/o servicios; y por último los ciudadanos del común iniciando desde las familias con estrategias de consumo responsable de los recursos, campañas de reutilización y reciclaje.

Información institucional de la empresa

Sector Venta de bienes y servicios

Ubicación Colombia, departamento de Antioquia, ciudad Medellín, Carrera 80 No 46-17

Barrio Floresta <https://www.stationbike.co/ese/es/>

Misión Brindar asesoría y acompañamiento en la práctica del ciclismo en diferentes modalidades, acompañado de un servicio técnico especializado.

Visión La tienda de bicicletas se proyecta para el año 2022, como una de las tiendas mejor calificadas en el gremio del ciclismo en la venta de bicicletas, accesorios, repuestos y en ofrecer un servicio técnico especializado.

Valores Respeto, compromiso, honestidad

Figura 3.

Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración Propia

Aplicación

Marco institucional (Direccionamiento Estratégico de la empresa seleccionada expresado con figuras propias y sus propias palabras)

Tabla 1.

Marco Institucional

Material fundamental o variables	Indicadores	Preguntas entre 10 o 15 en total	Instrumento y población objetivo de estudio	Ampliación
Gobernanza de la Organización	Rendición de cuentas.	¿Las ventas totales mensuales de la empresa STATION BIKE, están de acuerdo al presupuesto y al plan de ventas?	Encuesta Administrador tienda de bicicletas STATION BIKE	La gestión de tienda de Bicicletas STATION BIKE involucra procesos y reglas, que garantizan los valores, el bienestar y el avance en el conocimiento y la calidad de la organización”
	1. Total, ventas mensuales 2. Total, ventas semestrales 3. Total, ventas anuales	¿Las ventas totales anuales de la empresa STATION BIKE, subsanaron los gastos operativos y administrativos de la empresa y generaron utilidades a sus socios?		
Derechos humanos	Sexo	¿Cuál es el total de empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE?	Encuesta Administrador tienda de bicicletas STATION BIKE	En STATION BIKE es muy importante para los colaboradores y la misma tienda, ya que es una responsabilidad que hacen de la tienda respeta El derecho laboral tiene un impacto positivo en el desarrollo empresarial
	1. Total, Empleados (Hombres-mujeres)	¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son hombres? ¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son mujeres?		
Prácticas laborales	Condiciones laborales y protección social	¿Cómo se sienten los empleados (insatisfechos y/o satisfechos) con el salario recibido por el trabajo realizado en la tienda de bicicletas STATION BIKE?	Encuesta Todos los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE	STATION BIKE Mejora cualquier proceso, asegurando así el desarrollo e involucramiento de cualquier socio comercial para mitigar riesgos legales, operativos, de recursos humanos y de imagen
	Porcentaje de Satisfacción económica de los empleados			
Medio ambiente	Prevención de la contaminación.	¿Se le da un manejo adecuado y/o inadecuado a los residuos sólidos generados en la venta y reparación de bicicletas en la tienda de bicicletas STATION BIKE?	Encuesta Todos los empleados de la	El entorno medio ambiental de STATION BIKE aplica e incluye, suelo, fauna, flora, agua, aire, espacio, interrelaciones y recursos naturales
	Total, de kilos de Residuos sólidos			

	producidos mensualmente		tienda de bicicletas STATION BIKE	
Prácticas justas de operación	Trato ético a los clientes Total, de ventas realizadas asesorando honestamente a los clientes.	¿Siempre, Nunca y/o Eventualmente, se hacen recomendaciones honestas a los clientes sobre los bienes y servicios ofrecidos por la tienda de bicicletas STATION BIKE?	Encuesta Todos los vendedores de la tienda de bicicletas STATION BIKE	STATION BIKE trata sus conductas éticas, de manera progresiva y con sentido social hacia sus clientes, así mismo en las transacciones con otras organizaciones, agencias gubernamentales, proveedores, contratistas y a las asociaciones a las cuales hacen parte.
Asuntos de consumidores	Servicio de atención al cliente Porcentaje de garantías solucionadas satisfactoriamente	¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un servicio (mantenimiento y reparación de bicicletas) ofrecido por la tienda de bicicletas STATION BIKE? ¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un producto que le sale defectuoso al cliente y el cual fue vendido por la tienda de bicicletas STATION BIKE?	Encuesta Administrador tienda de bicicletas STATION BIKE Clientes eventuales que visitan la tienda	STATION BIKE Para brindar servicios y productos a cada consumidor, es responsable satisfacer a cada cliente y mantener la calidad de los productos proporcionados.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Promoción de la salud Total, de personas de la comunidad que participan en las actividades de ciclismo al aire libre programadas por la tienda de bicicletas.	¿La tienda de bicicletas STATION BIKE, realiza integraciones mensuales, trimestrales, semestrales, anuales y/o nunca se ha integrado con la comunidad con el objetivo de promover e incentivar el uso de la bicicleta como potenciador de la salud de la comunidad aledaña?	Encuesta Administrador tienda de bicicletas STATION BIKE Personas aledañas al establecimiento de comercio	STATION BIKE planifica como debe participar en comunidad, de este modo Realizan diversas actividades filantrópicas, respetando siempre a cada miembro de la sociedad, sin olvidar la identidad cultural, histórica y religiosa de la que forman parte.

Nota: Esta tabla denota el marco Institucional establecido por Station Bike Fuente: Elaboración Propia

Justificación de la selección de la Empresa

La empresa “Tienda de bicicletas STATION BIKE”, porque esta empresa tiene dentro de sus políticas internas incorporados los principios de la RSE, entre los cuales se destaca la visión de sus propietario y empleados por apuntar a un desarrollo sostenible, realizando procesos y/o procedimientos partidarios con el medio ambiente y la sociedad en general, de la mano de una rentabilidad financiera de la empresa, lo que proyecta grandes éxitos para esta empresa.

En particular, se resalta de este sector del comercio (reparación y venta de bicicletas) la aceptación que tiene el mercado de las bicicletas a nivel mundial y en este caso en la colectividad de la capital Medellín, en parte gracias a que históricamente se ha conocido de los grandes beneficios que ofrece la bicicleta como uso deportivo y como medio de transporte.

Siendo, la primicia de aceptación de la comunidad por el mercado de las bicicletas, la base principal para seleccionar esta empresa, teniendo en cuenta, que dentro de los pilares de la RSE están los bienes de las comunidades en general, siendo precisamente estos beneficios los que resaltan y son el fuerte del mercado de las bicicletas actualmente.

Destacando los beneficios no solo a la salud de las personas por medio de la práctica deportiva del ciclismo en las diferentes modalidades, sino los grandes beneficios en temas de movilidad en las grandes ciudades, lo que contribuye positivamente a la disminución de gases contaminantes para la salud humana, al mismo tiempo que mejora la calidad de vida de las personas en comunidad general, es decir el mercado de la bicicletas es el socio ideal para el desarrollo sostenible de la comunidades en particular de las grandes ciudades, porque además de generar ingresos económicos para los dueños de la empresas de venta y reparación de bicicletas, al mismo tiempo se benefician las personas y los recursos naturales vitales como el aire.

Finalmente, esta es una empresa con una visión futurista, de que el ciclismo es la solución a muchas dificultades sociales y personales a los que se ve enfrentada las personas actualmente, como son: enfermedades por falta de actividad física, estrés, la contaminación ambiental, un medio de transporte económico, movilidad en la ciudad, entre otros..., y todos estos aspectos, llevan a visualizar a futuro la apertura de sucursales de la tienda de bicicleta STATION BIKE en las principales ciudades del Colombia, con lo cual se pretende aportar económicamente al país generando empleo formales al mismo tiempo que se brindan beneficios a la sociedad y se ayuda a conservar los recursos naturales. (RSE), buscando beneficias a las sociedades actuales y generaciones futuras.

Diagnóstico (Resultados y análisis a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información)

Se aplica el instrumento en base a los resultados obtenidos en la tienda de bicicletas STATION BIKE, el año 2021.

Encuesta

- 1) ¿las ventas totales mensuales de la empresa STATION BIKE, están de acuerdo al presupuesto y al plan de ventas?

Figura 4.

Presupuesto de ventas

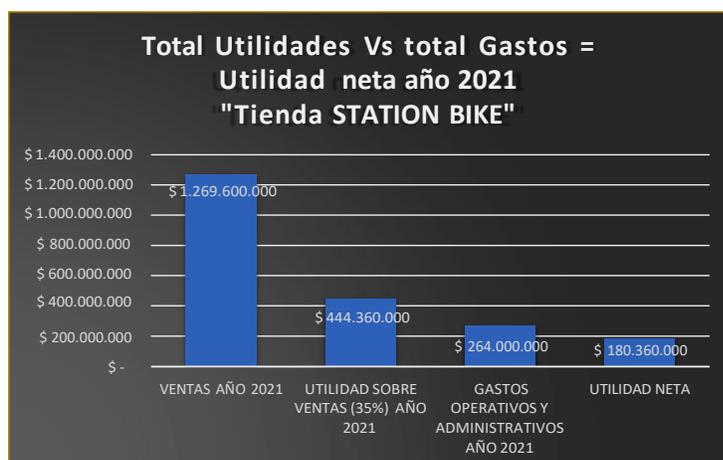


Fuente: Elaboración Propia

- 2) ¿las ventas totales anuales de la empresa STATION BIKE, subsanaron los gastos operativos y administrativos de la empresa y generaron utilidades a sus socios?

Figura 5.

Total, utilidades vs Total Gastos 2021.



Fuente: Elaboración Propia

- 3) ¿Cuál es el total de empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 6.

Total, empleados Station Bike.

Total Empleados AÑO 2021	administrador	ventas	Servicio Técnico
5 empleados	1 empleado	2 empleados	2 empleados

Fuente: Elaboración Propia

- 4) ¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son hombres?

Figura 7.

Empleados hombres Station Bike.

Total Empleados AÑO 2021	HOMBRES	% HOMBRE
5	4	80%

Fuente: Elaboración Propia.

- 5) ¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son mujeres?

Figura 8.

Empleados Mujeres Station Bike

Total Empleados AÑO 2021	MUJERES	% MUJERES
5	1	20%

Fuente: Elaboración Propia.

- 6) ¿Cómo se sienten los empleados (insatisfechos y/o satisfechos) con el salario recibido por el trabajo realizado en la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 9.

Nivel de satisfacción de los empleados con el salario mensual Station Bike



Fuente: Elaboración Propia.

- 7) ¿Se le da un manejo adecuado y/o inadecuado a los residuos sólidos generados en la venta y reparación de bicicletas en la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 10.

Manejo de los residuos sólidos Station Bike.

Residuos solidos generados en el año 2021	Cantidad X kilos	Reciclaje X Kilos	Reutilización X Kilos	BASURA(CARRO RECOLECTOR) X Kilos	MANEJO ADECUADO	MANEJO INADECUADO
Llantas	240	0	48	192	17%	83%
Neumaticos	100	0	100		100%	
Aluminio-acero	50	50	0		100%	
Cartón	120	80	40		100%	
Bolsas-plásticos	30	25	5		100%	

Fuente: Elaboración Propia

- 8) ¿Siempre, Nunca y/o Eventualmente, se hacen recomendaciones honestas a los clientes sobre los bienes y servicios ofrecidos por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 11.

Recomendaciones honestas en Station Bike.

Cantidad de cliente promedios atendidos que solicitan un producto mensualmente X unidades	Promedio total Número de ventas exitosas X unidades	Cantidad de ventas con recomendaciones honestas X unidades	Cantidad de ventas sin recomendaciones honestas X unidades	% Ventas con recomendaciones honestas	% Ventas sin recomendaciones honestas
720	360	280	48	80%	20%

Cantidad de cliente promedios que solicitan un servicio Técnico mensualmente X unidades	Promedio total Número de servicios Técnicos prestados X unidades	Cantidad de servicios técnicos prestados con recomendaciones honestas X unidades	Cantidad de servicios técnico sin recomendaciones honestas X unidades	% Servicios técnicos con recomendaciones honestas	% Servicios técnicos sin recomendaciones honestas
520	468	421	0	100%	0%

Fuente: Elaboración Propia.

- 9) ¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un servicio (mantenimiento y reparación de bicicletas) ofrecido por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 12.

Tiempo de respuesta (mantenimiento y reparación de bicicletas).

Total de garantías recibidas por servicios prestados en el Área Técnica año 2021	Respuesta satisfactoria Inmediata	Respuesta satisfactoria en un día	Respuesta satisfactoria más de un día	% Respuesta satisfactoria Inmediata	% Respuesta satisfactoria en un día	% Respuesta satisfactoria más de un día
60	30	24	6	50%	40%	10%

Fuente: Elaboración Propia.

- 10) ¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un producto que le sale defectuoso al cliente y el cual fue vendido por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Figura 13.

Tiempo de respuesta (productos defectuosos).

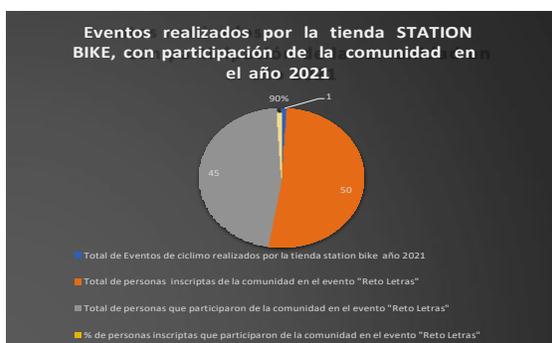
Total de garantías recibidas por productos defectuosos año 2021	Respuesta satisfactoria Inmediata	Respuesta satisfactoria en un día	Respuesta satisfactoria más de un día	% Respuesta satisfactoria Inmediata	% Respuesta satisfactoria en un día	% Respuesta satisfactoria más de un día
70	7	14	49	10%	20%	70%

Fuente: Elaboración Propia.

- 11) ¿La tienda de bicicletas STATION BIKE, realiza integraciones mensuales, trimestrales, semestrales, anuales?

Figura 14.

Eventos realizados por Station Bike.



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis de resultados

Porcentaje de cumplimiento en cada materia según resultado de indicadores:

Gobernanza de la organización.

Total, ventas mensuales (10%).

Si bien en comparación al año anterior es casi una diferencia del 30 % un crecimiento para la empresa en ventas, ya que se convirtió en un medio de transporte urbano donde ya es una facilidad en movilidad por rutas y vías estructuradas en la ciudad que ayudan al gran aumento de la compra de esta gran herramienta porque presenta un factor indispensable de sostenibilidad ambiental.

Total, ventas semestrales (40%)

Se refleja que la compañía en niveles de aumento por su capacidad de liderar en el mercado ha logrado grandes ventas dentro del mercado, afianzando su producto con clientes potenciales de grandes superficies en el país.

Total, ventas anuales (50%)

Llegando a partes de la ciudad para vender nuestro producto, se consideró que el año 2021 las ventas tuvieron un incremento ya que obtuvo buena ganancia para adquirir buen flujo de caja y donde se realizó una inversión de varios productos para el siguiente año.

Derechos humanos (70%)

Hay que considerar que se deben relacionar algunos alcances y procesos que deben mejorar para el desempeño de los objetivos de la organización, a su vez resaltar la comunicación asertiva para comprender y conocer hallazgos de las oportunidades en pro al empleado. Con ello se estará evaluando estas prácticas en la operación para el cumplimiento de dichas actividades.

Prácticas laborales (80%)

En la encuesta se evidencia que hay dos empleados con alguna inconformidad donde se evaluara la situación de estos y los ajustes pertinentes para que estos puedan ser remunerados o darles la oportunidad de identificar una mejora para que ellos puedan compensar estas debilidades por fortalezas.

Medio ambiente (17%)

En el análisis luego de realizar la encuesta se evidencia que 4 de los 5 residuos generados con atacados y se les realiza un manejo adecuado, pero hay uno que es el desecho generado por el cambio de las llantas que tiene un 17% de cumplimiento nada más, se buscara alternativas e ideas de cómo manejar estos residuos de una mejor manera y darle un destino final más

adecuado, una opción podría ser a través de realizar un árbol de problemas donde podamos identificar varias alternativas efectos y causas para tratar dicha problemática de nuestra empresa.

Prácticas justas de operación (80%)

Al revisar la encuesta realizada se obtienen resultados muy positivos ya que encontramos que la parte de nuestra empresa que se enfoca en la prestación de servicio técnico tiene un 100% de cumplimiento donde se evidencia que todos los clientes que solicitan este se vean beneficiados y tengan mayor confianza con nuestros empleados.

De igual forma vemos que las ventas realizadas en nuestra empresa presentan un 20% que fueron sin recomendaciones honestas, generando una mala experiencia con estos clientes que tuvieron estos inconvenientes, afectando nuestra imagen, se buscara mitigar estos resultados haciendo capacitaciones a nuestro personal asesor.

Asuntos de consumidores con servicios (10%)

Revisando el total de garantías recibidas en el 2021 se evidencia que la mitad de estas son atendidas de manera inmediata teniendo un buen respaldo y una cara amigable con los clientes, posterior a ello un grupo también es atendido al siguiente día siendo conscientes de que requieren de planeación para poder ser ejecutadas.

De igual forma hay una escala más pequeña que equivale al 10% de las garantías recibida que son atendidas luego de 1 día y que podría ser por temas de repuestos y existencia de materiales, se podría buscar disminuir este indicador una alternativa seria ejecutar un árbol de objetivos buscando opciones para disminuir esta respuesta en tiempo y poder preservar nuestros clientes.

Asuntos de consumidores con productos (70%)

En temas de productos si tenemos un déficit mayor ya que encontramos que el 70% de los casos que nos entran no son resueltos rápido y tienen una demora de más de 1 día generando retrasos y quejas e inconformidad de nuestros clientes es por esta razón que pienso que debemos prestarle mucha atención y buscar soluciones inmediatas para mitigar y atacar este problema que se evidencia en nuestra empresa, para esto podríamos ayudarnos a través de Diagnostico ajustado- problema para cada perspectiva- estrategia para cada perspectiva.

Participación activa y desarrollo de la comunidad (90%)

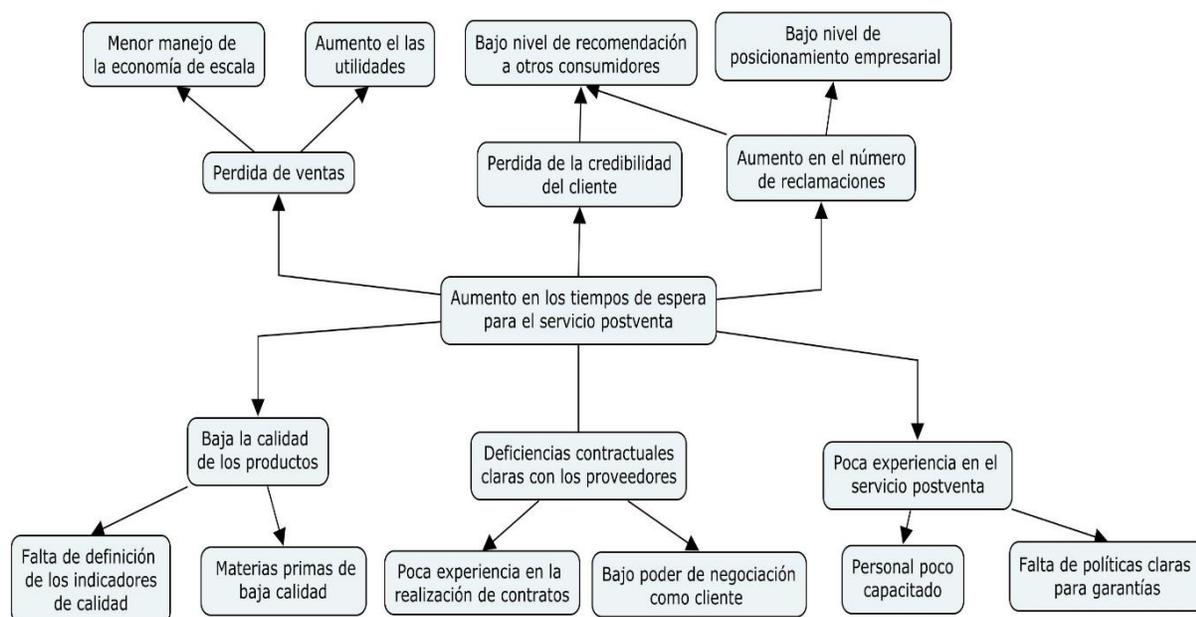
Al revisar los resultados de nuestra encuesta realizadas podemos ver que tuvimos una muy buena participación en nuestro primer evento ya que 45 de 50 personas que se inscribieron no pudieron asistir por alguna razón, en muchos otros escenarios o eventos se pueden encontrar menos participación y más cuando apenas se está iniciando.

Podríamos aprovechar este resultado para buscar hacer más encuentros y eventos que generen más sinergia y movimiento en el medio, algunas alternativas podrían ser busca aliados y apoyarnos de las redes sociales de esta manera podríamos darnos a conocer buscando mejorar no solo en la contribución y progreso a la colectividad si no para darnos a conocer y tener más clientes que nos aumenten las ventas para ellos yo implementaría un cuadro de mando integral.

Matriz de marco lógico (Árbol de problema y Árbol de Objetivos con sus respectivas explicaciones)

Figura 15.

Árbol de problemas STATION BIKE.

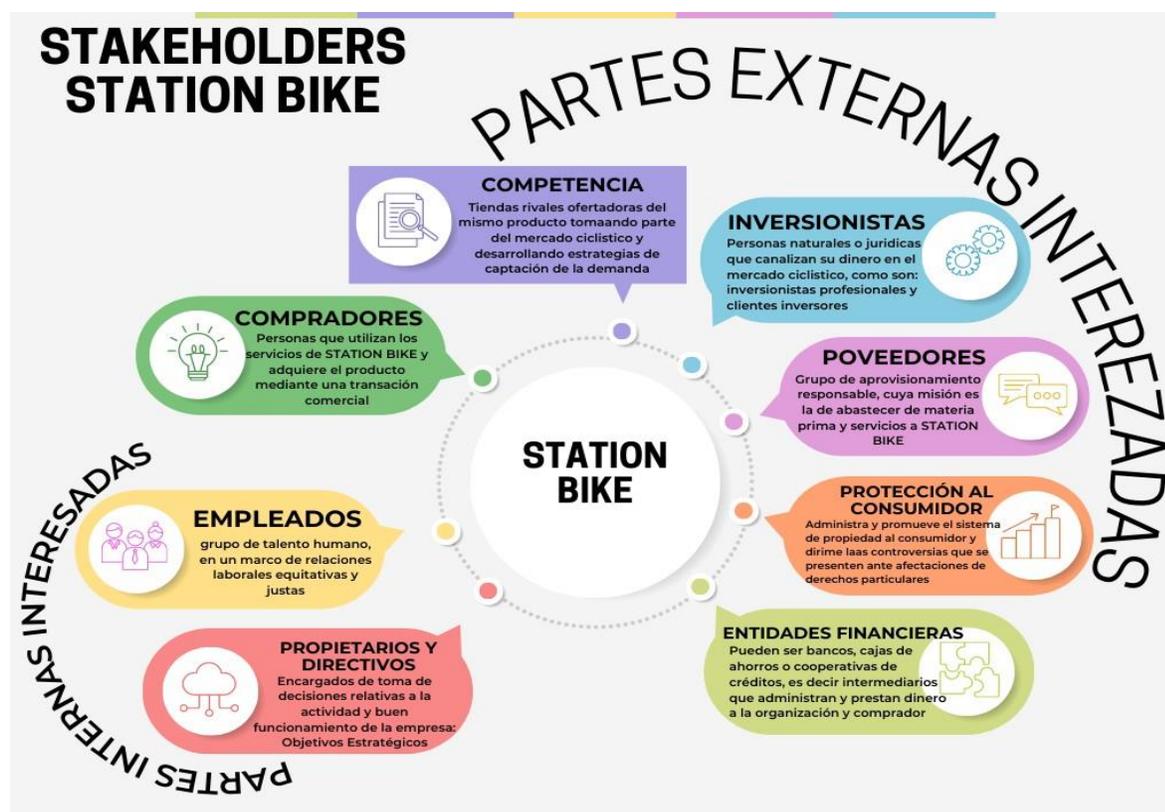


Fuente: Elaboración Propia.

Para contextualizar el problema se procede a realizar un árbol de problemas el cual nos ayuda a identificar la naturaleza y contexto de la problemática (% Respuestas satisfactorias más de un día) que se pretende resolver mediante un mapa de estrategias. Profundizando así en su análisis para determinar sus causas y establecer sus consecuencias o efectos como también ayudando a debatir y jerarquizar el problema

Figura 16.

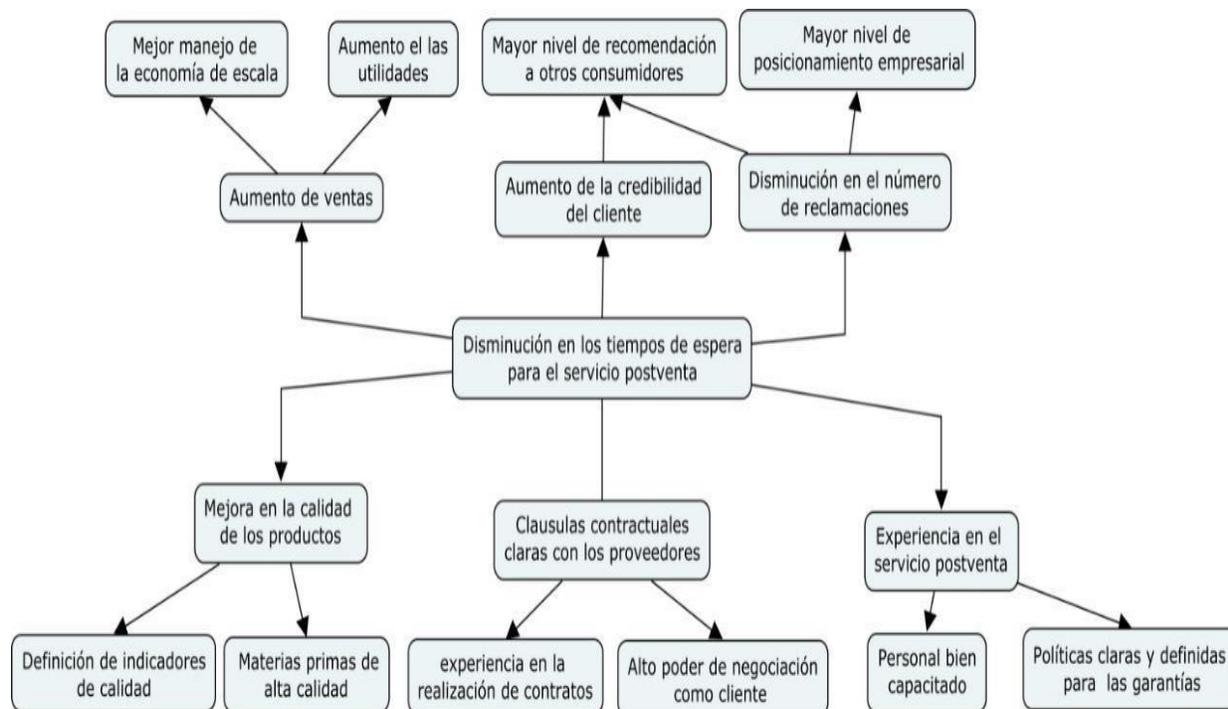
Stakeholders STATION BIKE.



Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos ver en la matriz de los Stakeholders, son claves para la gestión responsable en STATION BIKE. La responsabilidad social corporativa de una tienda es la forma en que se gestiona una tienda y se lleva a cabo su negocio, en la que la tienda asegura su funcionamiento sostenible en la triple esfera del patrimonio, comunidad y ambiente, al tiempo que reconoce y protege los haberes de los distintos grupos.

Descubrir y completar las perspectivas y requerimientos de los stakeholders estratégicos de STATION BIKE el cual es el más fuerte para alcanzar una posición socialmente responsable. Y en este proceso, el diálogo con los grupos se convierte en la principal herramienta para desarrollar medios que permitan gestionar la empresa de forma responsable y responder a las perspectivas e instancias de estos stakeholders.

Figura 17.*Árbol de Objetivos STATION BIKE*

Fuente: Elaboración Propia.

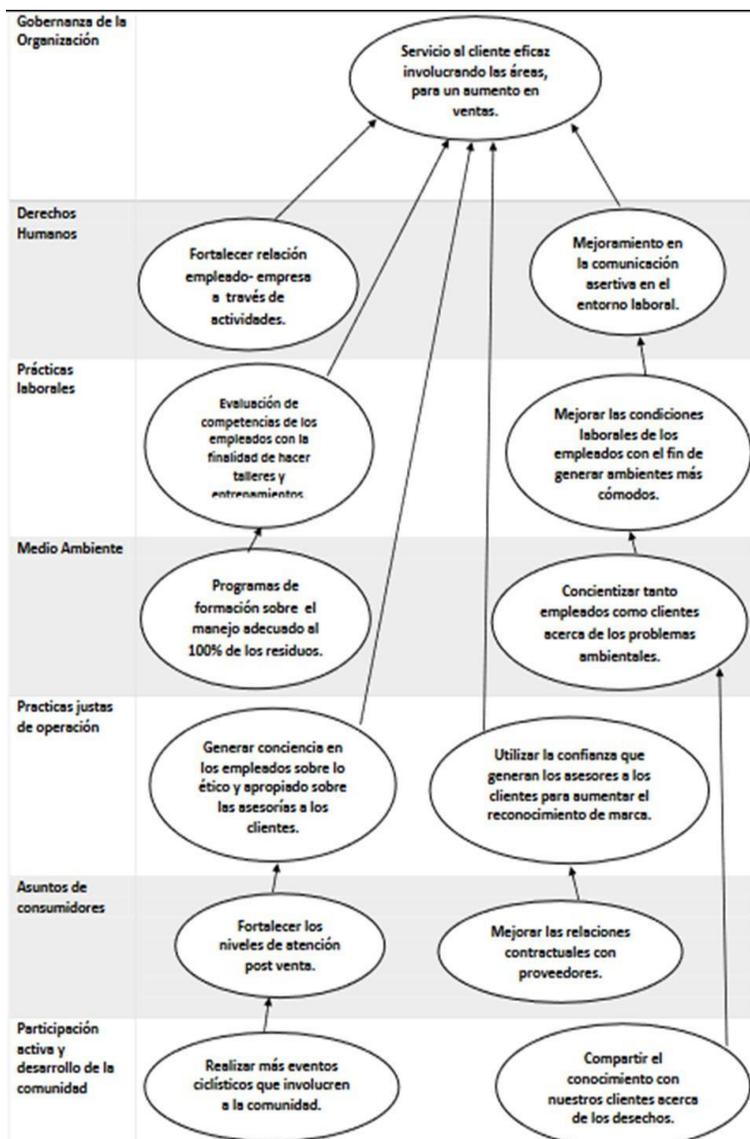
Partiendo desde la identificación de falencias con la ejecución de la Norma ISO 26000, se puede identificar que el problema mayúsculo está relacionado con los asuntos de consumidores con los productos obteniendo un 70% de incidencia.

En temas de productos si tenemos un déficit mayor, ya que encontramos que el 70% de los casos que nos entran no son resueltos rápido y tienen una demora de más de 1 día generando retrasos y quejas e inconformidad de nuestros clientes es por esta razón que pienso que debemos prestarle mucha atención y buscar soluciones inmediatas para mitigar y atacar este problema que se evidencia en nuestra empresa, para esto podríamos ayudarnos a través de Diagnostico ajustado-problema para cada perspectiva

Mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental e inclusión de los stakeholders

Figura 18.

Mapa Estratégico STATION BIKE.



Fuente: Elaboración Propia.

Plan de Mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento (con sus respectivas explicaciones)

Tabla 2.

Plan de Acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
ECONÓMICA	Aumentar las utilidades de STATION BIKE en un 15%	Reestructuración del proceso de mercadotecnia desde un enfoque por procesos con el fin de brindar un servicio al cliente eficaz, involucrando las demás áreas a través de la integración.	3 meses.	\$1.200.000	El departamento de mercadotecnia arrojará los siguientes indicadores. *(Ingresos del trimestre/ingresos del trimestre anterior) *100 >= 30%. *(utilidades del trimestre/ utilidades del trimestre anterior) *100 >= 15%	El aumento de los ingresos no debe ser menor al 30% en el trimestre para poder obtener un aumento de utilidades del 15% por lo que se realizarán evaluaciones mensuales donde se debe cumplir 1/3 de la meta al mes, en caso de no ser así deben reevaluarse las estrategias.
SOCIAL	Capacitar el 100% de los empleados en cuanto a las características de los productos ofrecidos para brindar mejor atención al cliente	Realizar capacitaciones mensuales durante tres meses en las cuales se logre abarcar el 100% de la compañía, donde todos aprendan acerca de las características de los diferentes productos que se brindan a los clientes	3 meses.	\$1.500.000	Eficacia de la capacitación brindada, debe ser igual o superior a 8, en una escala de 1 a 10"	El total de empleados capacitados al finalizar los 3 meses debe ser del 100% por lo que mensualmente se medirá el indicador que debe aumentar un 33,33% mensual acumulable, en caso de que al 2do mes no haya un 66,66% se debe revisar la estrategia.
	Capacitar al 100% de los empleados de STATION BIKE en términos	Implementar un programa de manejo integral de residuos líquidos y sólidos que incluya la subcontratación de una empresa	2 meses	\$ 2.000.000	(Cantidad de residuos generados bimensualmente /Cantidad de residuos con	El total de empleados capacitados en los dos meses no debe ser menor al 100%, al primer mes debe estar

AMBIENTAL	de la disposición de residuos.	responsable de recoger y transporte los residuos generados por la tienda de bicicletas STATION BIKE y capacite a los empleados en la disposición de residuos.	certificado de disposición final) *100=100% (Empleados capacitados/Total de empleados) *100=100%	capacitado mínimo el 40% de los empleados, de lo contrario de debe revisar la estrategia, de igual forma se debe revisar al primer mes que el 100% de los residuos generados en ese mes fueron bien dispuestos, de lo contrario se debe exigir al proveedor del servicio el cumplimiento del contrato.
------------------	--------------------------------	---	---	--

Nota: En esta tabla se establecen las acciones correspondientes al plan y el seguimiento de estas. Fuente: Elaboración Propia.

Conclusiones

Empresas como la tienda de bicicletas STATION BIKE , deben adaptarse a las realidades de los mercados actuales, donde la diferencia real entre los bienes y servicios es cada vez menor, tomando fuerza como ventaja competitiva, el grado de responsabilidad social que tienen los entes económicos, particularmente en la imagen corporativa, lo que se traduce en un posicionamiento de marca, además a corto y mediano plazo es una estrategia para abarcar varios segmentos de mercados, entre ellos los consumidores finales que tiene una cultura y conservación de los recursos naturales, cultura que va en ascenso a nivel mundial.

La empresa STATION BIKE aportará un desarrollo sostenible por medio de la implementación de todos sus procesos y procedimientos de la norma ISO 26000 en sus tres dimensiones: económica, social y ambiental, son entes económicos que promueven el desarrollo integral de las comunidades.

Por último, Concluimos que para las empresas es primordial identificar los factores de riesgo para dar continuidad a las oportunidades y al mejoramiento continuo, con el objetivo de que las empresas sean rentables, amigables con el medio ambiente y que aporten positivamente a la sociedad en general.

Referencias

- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343. [fecha de Consulta 2 de marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>
- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Medina, M & Moreno, C (2009). ¿Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005

González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>

Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 77 - 119. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

Apéndice

Apéndice A.

Formato de Recolección de Información

ENCUESTA

1) ¿Las ventas totales mensuales de la empresa STATION BIKE, están de acuerdo al presupuesto y al plan de ventas?

Señale con una x

SI

NO

OTROS _____

2) ¿Las ventas totales anuales de la empresa STATION BIKE, subsanaron los gastos operativos y administrativos de la empresa y generaron utilidades a sus socios?

Señale con una x

SI

NO

OTROS _____

3) ¿Cuál es el total de empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE?

CANTIDAD _____

4) ¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son hombres?

CANTIDAD _____

5) ¿Cuántos de los empleados de tienda de bicicletas STATION BIKE son mujeres?

CANTIDAD _____

6) ¿Cómo se sienten los empleados (insatisfechos y/o satisfechos) con el salario recibido por el trabajo realizado en la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Señale con una x

Satisfechos

Insatisfechos

7) ¿Se le da un manejo adecuado y/o inadecuado a los residuos sólidos generados en la venta y reparación de bicicletas en la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Señale con una x

SI

NO

OTROS _____

8) ¿Siempre, Nunca y/o Eventualmente, se hacen recomendaciones honestas a los clientes sobre los bienes y servicios ofrecidos por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Señale con una x

Siempre

Nunca

Eventualmente

9) ¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un servicio (mantenimiento y reparación de bicicletas) ofrecido por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Señale con una x

Inmediato

Un día

Mas de un día

10) ¿El tiempo de respuesta es inmediato, tardan un día y/o más de un día, cuando se trata de dar garantía a un producto que le sale defectuoso al cliente y el cual fue vendido por la tienda de bicicletas STATION BIKE?

Señale con una x

Inmediato

Un día

Mas de un día

11) ¿La tienda de bicicletas STATION BIKE, realiza integraciones mensuales, trimestrales, semestrales, anuales y/o nunca se ha integrado con la comunidad con el objetivo de promover e incentivar el uso de la bicicleta como potenciador de la salud de la comunidad aledaña?

Señale con una x

Mensuales

Semestrales

Anuales

Nunca