

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CENTRO DE INVESTIGACIONES OCEANOGRÁFICAS E HIDROGRÁFICAS DEL
PACÍFICO

BELKIS YASMÍN AYALA CÉSPEDES

DIEGO FERNANDO CARVAJAL ARCINIEGAS

HEIDY ELEN OROZCO REINA

YULY MARCELA CARVAJAL GARCÍA

BLANCA MILENA VELANDIA SALAMANCA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS – ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

MAYO 2019

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CENTRO DE INVESTIGACIONES OCEANOGRÁFICAS E HIDROGRÁFICAS DEL
PACÍFICO

GRUPO 101008_7

BELKIS YASMÍN AYALA CÉSPEDES

DIEGO FERNANDO CARVAJAL ARCINIEGAS

HEIDY ELEN OROZCO REINA

YULY MARCELA CARVAJAL GARCÍA

BLANCA MILENA VELANDIA SALAMANCA

TUTOR

MARIO ZUBIRIA LARA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS – ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

MAYO 2019

Tabla de Contenido.

Lista de Tablas	5
Lista de Figuras	6
RESUMEN.....	7
PALABRAS CLAVES.....	7
ABSTRACT.....	8
KEYWORDS.....	8
Introducción.....	9
1. Objetivos.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos específicos.....	11
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico (CIOH-P).....	12
2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores).....	12
MISIÓN.....	12
VISIÓN.....	12
VALORES DEL CIOH.....	12
2.2 Formato de evaluación de desempeño.....	13
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	14
3. Código de Conducta.....	15
3.1 Modelo gerencial seleccionado, inclusión.....	15
3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.....	15
3.3 Código de Conducta del CIOH-P.....	16
3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta en el CIOH-P...	24
3.5 Glosario.....	25
4. Stakeholders.....	26
4.1 Breve descripción de los Stakeholders.....	26
4.2 Mapa genérico de Stakeholders con la respectiva explicación ampliada.....	27
4.3 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre el CIOH-P y los Stakeholders (actores) identificados.....	29
5. Plan de responsabilidad social empresarial.....	32

5.1	Plan de responsabilidad social empresarial del CIOH-P.	32
5.2	Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders).	37
	Tabla 4 se darán a conocer los actores que intervienen, frecuencia y medios que se utilizaran para socializar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico.	37
	Fuente: Elaboración propia.	37
5.3	Modelo de informe de gestión recomendado.	38
6.	Conclusión.....	40
7.	Bibliografía.....	41
	Anexos.....	43

Lista de Tablas

Tabla 1 Formato de evaluación Impacto empresa: CIOH-P.	13
Tabla 2 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta en el CIOH-P.....	24
Tabla 3 Plan de responsabilidad social empresarial del CIOH-P.	32
Tabla 4 Plan de comunicaciones Stakeholders internos y externos	37

Lista de Figuras

Figura 1 Guía para la construcción del código de ética del CIOH-P.	16
Figura 2 Mapa Stakeholders Del CIOH-P	27
Figura 3 Matriz de relaciones influencia/ Impacto.....	29

RESUMEN.

El objetivo principal del presente estudio fue proponer el plan de responsabilidad social empresarial para el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptado aportará valor a la organización.

La importancia del actual trabajo reside en la posibilidad no sólo de presentar un plan que aporte a la obtención de ventajas competitivas mediante la inclusión social que beneficie a la comunidad de la región Pacífica donde se encuentra ubicada la organización; sino también, permita cerrar el ciclo de aprendizaje como futuros Administradores de Empresas donde se logró afianzar y fortalecer los conocimientos que darán inicio a una venidera etapa de experiencia profesional.

El punto de partida para el desarrollo de este plan de Responsabilidad Social Empresarial inició mediante la evaluación de desempeño y análisis de las variables económicas, sociales y ambientales que permitieran diagnosticar necesidades y problemáticas al interior de la organización; lo cual sirvió como base para fundamentar la propuesta.

Posteriormente, se estudiaron los principales grupos de interés o Stakeholders entre los que se destacaron empleados, gobierno, gremio marítimo, entes de control, comunidad, entre otros. Finalmente, y luego de realizar el análisis de los objetivos, estrategias y acciones encaminadas a la Responsabilidad Social Empresarial y con base en la teoría estudiada se logró apuntalar una propuesta unificada.

PALABRAS CLAVES.

Responsabilidad social, stakeholders, estrategia, organización, ética.

ABSTRACT.

The main objective of this study was to propose the social responsibility plan for the Pacific Oceanographic and Hydrographic Research Center, from the identification of economic, social and environmental impacts that include different strategies of solution or mitigation of these, that when being adopted will contribute value to the organization.

The importance of this work lies in the possibility not only to present a plan that contributes to acquire competitive advantages through social inclusion that benefits the community of the Pacific region where the organization is located; but also, to close the learning cycle as future Business Administrators where we managed to consolidate the knowledge that will start on our upcoming stage of professional experience.

The starting point for the development of this Corporate Social Responsibility plan initiated by evaluating performance and analysis of economic, social variables and environmental factors that would allow diagnosing needs and problems within the organization; which served as a basis to support the proposal. Subsequently the main interest groups or Stakeholders were studied among which stood out employees, government, maritime union, control entities, community, among others.

Finally, after carrying out the analysis of the objectives, strategies and actions directed to the Corporate Social Responsibility and based on the theory studied managed to shore up a unified proposal.

KEYWORDS.

Social responsibility, stakeholders, strategy, organization, ethics.

Introducción.

El hombre a través del tiempo se ha propuesto organizar las circunstancias del mundo que lo rodea acuerdo las necesidades que va presentando a diario. Es así, que resulta fundamental establecer un referente de partida que le permita emprender una travesía hacia el futuro mediante un ejercicio íntegro y estratégico. El entorno empresarial está en continuo cambio y sometido a mejoras que motivan a mantenerse en competencia; es por ello, que la gerencia estratégica y la responsabilidad social empresarial juegan un papel importante al permitir realizar una evaluación profunda de la situación real que presenta la empresa en el entorno social, económico y ambiental. Producto de este proceso, se pueden detectar las principales causas de los problemas y así, poder apuntar los esfuerzos futuros hacia planes, objetivos, estrategias y procedimientos eficientes que garanticen un esquema de mejoramiento continuo y sostenible en el tiempo.

Es así como, a través de un ejercicio práctico, se seleccionó una organización real como lo es el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico (CIOH-P) para realizar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial. Esta empresa se encuentra ubicada en el municipio de Tumaco – Nariño, presta sus servicios a la comunidad marítima a través de actividades científicas marinas, con el fin de facilitar y contribuir a la seguridad de la navegación en aguas jurisdiccionales de Colombia, que tiene como retos venideros el fortalecimiento institucional, adquisición e implementación de tecnología de punta y capacitación del talento humano. Como punto de partida para iniciar con el Plan de RSE, se efectuó una evaluación de desempeño de la organización y se analizaron las variables económicas, sociales y ambientales que permitieron arrojar un diagnóstico preliminar de las necesidades notorias y problemáticas a tratar con prioridad al interior de ella, en donde a través del enfoque innovador logrará contribuir al desarrollo de la organización (cliente interno y externo). Durante esta evaluación, se involucró el componente de direccionamiento estratégico, la misión, visión y valores de la institución así como los principales grupos de interés o Stakeholders. Para dar garantía a una estrategia de gestión óptima, se abordó la construcción del Código de Conducta empresarial tomando como referencia un modelo gerencial y una guía e iniciativa que vaya acorde con la visión, la misión, los valores corporativos y el objetivo social del Centro de Investigaciones. Gracias a este Código de Conducta, la organización, sus funcionarios, sus accionistas y usuarios, entre otros, podrán tener la confianza para laborar, investigar, invertir y realizar convenios con la institución. Así

mismo, se establece un presupuesto financiero a partir de decisiones de inversión que garanticen la implementación del código de conducta como estrategia de mejora para la organización.

Posteriormente, se identificaron mediante un mapa genérico de Stakeholders y una matriz de relaciones (Influencia vs Impacto) de la entidad, todos aquellos actores sociales que tienen una relación con la empresa y que de alguna manera se ven afectados por sus decisiones. Durante la identificación de estos actores, se contribuyó a la eficiente personalización del entorno local o regional del área de influencia de la entidad; así como también, fue posible comprender el desempeño futuro en el ámbito económico, ambiental y social que ésta adoptará para generar soluciones a los impactos generados o esperados. Finalmente, se logró elaborar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial a partir del embrague total de cada una de las áreas o departamentos de la organización sumado al compromiso para llevar a cabo las transformaciones necesarias en el sistema de gestión. Para ello, fue necesario el diseño de un plan viable que se acoplara a las necesidades y metas de la organización a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados e identificados en las fases anteriores, los cuales incluyeron diferentes objetivos y estrategias de solución o mitigación, que al ser adoptado aportará gran valor a la organización.

1. Objetivos.

Objetivo General.

Proponer el plan de responsabilidad social empresarial para el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptado aportará valor a la organización.

Objetivos específicos.

- Determinar la evaluación del desempeño económico, social y ambiental de la organización CIOH-P, con el fin de obtener un levantamiento de información preliminar que permita la aplicación de las herramientas y conceptos básicos de la responsabilidad social empresarial.
- Establecer el Código de Conducta para la organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P, que permita ser el reflejo de cómo espera la Dirección que se comporte la entidad y cada uno de sus integrantes.
- Basar la teoría de los stakeholders o grupos de interés de la empresa CIOH-P con el fin de justificar la funcionalidad de cada uno de ellos y su importancia para la empresa en el aporte estratégico a la toma de decisiones.
- Establecer alternativas de solución a las preocupaciones sociales, económicas y medio ambientales de los Stakeholders del CIOH-P, a través de las operaciones, productos y servicios socialmente responsables que se generan en la entidad que permitan contribuir a la formulación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico (CIOH-P).

El Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico (CIOH-P) es una organización de sector terciario que presta sus servicios a la comunidad marítima a través de actividades científicas marinas, con el fin de facilitar y contribuir a la seguridad de la navegación en aguas jurisdiccionales de Colombia.

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

MISIÓN.

Desarrollar los programas de investigación científica marina básica y aplicada de la Dirección General Marítima y la Armada Nacional; suministrar asesoría técnica y científica a otros entes nacionales, con el propósito de contribuir al conocimiento y el aprovechamiento de nuestros mares, así como a la seguridad de la vida humana en el mar.

VISIÓN.

El Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas será el más avanzado en el conocimiento de los cuerpos de agua marinos en las áreas de su competencia oceanográfica e hidrográfica, de tal forma que facilite la protección del medio ambiente marino, el manejo integral de la zona costera, contribuyendo de esta forma al desarrollo sostenible del país.

VALORES DEL CIOH.

La entidad se ha constituido bajo excelentes premisas y valores como la honestidad, compromiso, responsabilidad, lealtad, solidaridad, justicia, respeto, humildad, compañerismo y diálogo; los cuales han servido como bases sólidas para forjar la toma de decisiones de integridad social, personal y en compromiso con el medio ambiente.

2.2 Formato de evaluación de desempeño.

Como punto de partida, resulta fundamental el poder realizar un escaneo profundo en el ámbito económico, social y ambiental que permita determinar un resultado preliminar y más asentado a la realidad que presenta el Centro de Investigaciones. En este sentido, la Tabla 1 presenta el estado de la institución a través de la evaluación de desempeño.

Tabla 1 Formato de evaluación Impacto empresa: CIOH-P.

Formato de evaluación Impacto empresa: CIOH-P.			
	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	<p>Interno: Escaso apoyo financiero por parte del Estado a través del Fondo Nacional de Regalías para los proyectos de investigación científica que desarrolla el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico.</p> <p>Externo: Los proyectos que se desarrollen en el año se deben tramitar por las regalías del municipio; por lo tanto, se está en la limitante y dependencia de asignación acuerdo necesidad del municipio.</p>	Negativo	Media
Social	<p>Interno: A pesar de la existencia de productos y servicios que tiene como uso o beneficiario final a la comunidad Tumaqueña, existe poca divulgación y falta de orientación para adquirir la información.</p> <p>Externo: Al ser institución del estado, cuyo direccionamiento estratégico está enfocado en el ejercicio del poder marítimo en pro del cumplimiento de normas nacionales e internacionales, se deja a un lado el interés en proyectos regionales/locales que beneficiarían el estilo de vida de la comunidad.</p>	Negativo	Alta
Ambiental	<p>Interno: Aunque a nivel interno existe cumplimiento en cada uno de los procesos que maneja la institución, en cuanto a los residuos generados por los laboratorios de Química, biología y microbiología, por las oficinas (papel, plástico, tintas de impresora), taller de vehículos y servicios generales; se hace necesario formular adecuadamente los Planes de Manejo Ambiental referentes al Uso Racional y Eficiente del Agua y Energía, Gestión Integral de Residuos Sólidos, Vertimientos y Emisiones Atmosféricas, además del Programa de Educación Ambiental con los colaboradores.</p> <p>Externo: El lugar donde se encuentra la Instituciones es en el municipio de San Andrés de Tumaco – Nariño. Municipio que no cuenta con sistemas de acueducto, alcantarillado y de recolección y tratamiento óptimo de basuras que garantice un ciclo correcto y oportuno a empresas, instituciones que de puertas hacia adentro realizan un oportuno trabajo de recolección y clasificación de basuras y residuos.</p>	Negativo	Alta

Tabla 1 Formato de evaluación Impacto empresa: CIOH-P

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.

En un entorno globalizado y cambiante, los grupos de interés que las empresas impactan exigen cada vez más un comportamiento ético y transparente por parte de estas; es necesario considerar tanto el cumplimiento de la legislación vigente en temas ambientales, laborales y de derechos humanos, así como una planeación estratégica que sea consistente con el desarrollo sostenible y que involucre las expectativas y necesidades de clientes, consumidores, colaboradores y comunidades. De acuerdo con la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial, para la organización CIOH, frente a cada uno de los problemas observados y su importancia en la prioridad de la atención de esta, se puede evidenciar que el problema Ambiental requiere más seguimiento y atención tanto de la empresa como de las entidades competentes del municipio. Lo anterior, teniendo en cuenta que se está generando un alto impacto tanto para los clientes internos, como externos, y de la misma forma para la comunidad de sus alrededores.

Otro aspecto fundamental es el ámbito social. Tumaco es un municipio que se encuentra al Sur de Colombia, en el Departamento de Nariño, durante muchas décadas ha sido blanco de altos índices de violencia generados por el narcotráfico, la pobreza, los grupos delincuenciales y la falta de oportunidades que permitan a los jóvenes salir adelante. En este orden de ideas, la organización CIOH, con el ánimo de brindar ayuda a la comunidad puede estar en la capacidad de potenciar e impulsar grandes proyectos regionales a través de actividades donde el factor común es el mar. Con lo anterior, se podrán establecer grandes convenios y gestionar recursos que beneficien a la entidad y así no sólo depender en la parte económica de las regalías del municipio.

El desarrollo del Plan de Responsabilidad Social Empresarial en la organización CIOH es de vital importancia para gestionar estos impactos sociales y ambientales, aumentando su rentabilidad y su desarrollo económico; brindándole beneficios internos y externos y consolidando su relación con sus grupos de interés en la confianza y el respeto, creando valor e incrementando la influencia de la empresa en la sociedad, mejorando su relación con el entorno y su reputación organizacional.

3. Código de Conducta.

Para la organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P, el establecimiento de un Código de Conducta permitirá ser el reflejo de cómo espera la Dirección que se comporte la entidad y cada uno de sus integrantes.

3.1 Modelo gerencial seleccionado, inclusión.

Se identifican las necesidades y expectativas de los clientes, los requisitos del producto o la prestación del servicio, la entrega del producto terminado o se presta el servicio y se mantiene comunicación externa con el cliente, atendiendo incluso sus quejas y reclamos y finalmente se retroalimenta o se toma en cuenta la percepción del cliente, en relación con la capacidad de la organización en el cumplimiento de sus necesidades y expectativas.

3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

La construcción del Código de Conducta empresarial deberá estar apoyada no solo de un efectivo modelo gerencial, sino también de una guía e iniciativa que vaya acorde con la visión, la misión, los valores corporativos y el objetivo social de la empresa (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

Figura 1. Guía para la construcción del código de ética del CIOH-P. Fuente: (Gutiérrez & González, 2011).

<i>Stakeholders</i>	Tipo de leyes existentes	Iniciativas que atienden expectativas sociales
Proveedores	Código comercial	Comercio justo
Trabajadores	Código laboral	Equilibrio vida laboral – vida familiar
Clientes	Transparencia	Códigos de ética
Otras organizaciones	Competencia leal	Certificaciones
Comunidad local	Contenido local	Apoyo a la cultura
Sociedad	Protección ambiental	Inclusión social

Figura 1 Guía para la construcción del código de ética del CIOH-P.

3.3 Código de Conducta del CIOH-P

Introducción.

El Código de Conducta es un marco de referencia que arraiga los valores que guían el comportamiento de cada uno de los integrantes de la Organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P, en las relaciones que se establecen con los clientes, proveedores, empleados, autoridades y comunidad en general. Esta herramienta es un apoyo al actuar cotidiano, y ofrece una ayuda para tomar decisiones ante situaciones complejas, porque a pesar de que se cuenta con manuales internos, procedimientos, regulaciones y legislación aplicable, no es posible evitar la ocurrencia de eventualidades, ante las cuales se requiere una orientación para abordar estos escenarios y considerarlos.

Como estrategia principal para el fortalecimiento del factor integral, se ha establecido el presente Código de Conducta 2019 para la organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico, buscando flejar la esencia cultural y los valores éticos de la entidad. El Código es una herramienta dinámica que puede ir siendo actualizada como guía de conducta y comportamiento para el equipo de trabajo, desde el director hasta el personal de planta, contratistas y pasantes. En todos está la responsabilidad de cumplir y velar porque se cumpla el Código.

El Código traza un derrotero claro, preciso y conciso acerca de lo que son correcto en cada una las situaciones a las que los funcionarios están expuestos diariamente en el cumplimiento de sus funciones. Sin embargo, si existen dudas o el panorama resulta poco claro una vez aplicado el Código, podrá dirigirse a su jefe inmediato, seguir el debido conducto regular y elevar la situación hasta donde considere necesario.

Objetivo del Código de Conducta.

Brindar los valores, principios y normas que deberán observarse como un compromiso que la organización asume colectivamente y no sólo como un conjunto de obligaciones de los empleados ante la dirección.

Principios y valores del código de conducta de la organización.

Respeto. El funcionario actuará con respeto por sí mismo, por la institución, por sus acciones laborales, por la cultura física, por las normas y conductas personales y sociales que se le atribuye al ser humano y su comunidad.

Honestidad. El funcionario deberá tener la disposición para remediar lo que haya hecho equivocadamente, reconociendo sus aciertos o desaciertos con nobleza y responsabilidad.

Transparencia. El funcionario deberá tener una firme coherencia entre lo que se dice, se piensa y se hace en el desarrollo de cada una de sus funciones tanto adentro como afuera de la institución.

Justicia. El funcionario deberá tener un comportamiento justo, basado en dar a cada quien lo que merece y lo que es debido, tanto en sus actividades con la institución, como con los usuarios, superiores y subalternos.

Responsabilidad. El funcionario deberá realizar un esfuerzo sincero para el correcto cumplimiento de sus deberes. Entre más elevado sea el cargo que desempeña, mayor deberá ser su compromiso para ser modelo a seguir.

Lealtad. El funcionario no participará en prácticas desleales, confusas o engañosas ni intentará sacar ventaja mediante manipulación, ocultamiento, representación engañosa de datos, materiales, abuso de información privilegiada ni cualquier otra práctica comercial desleal intencional. Se comprometerá a mantener un trato productivo leal con los compañeros, clientes, proveedores, competidores de la Compañía.

Solidaridad. Los funcionarios de CIOH brindan buenos ambientes, donde prevalezcan la solidaridad y la colaboración en todos los niveles de la Compañía, que conlleven a reafirmar prácticas y ambientes con transparencia, confianza y equidad.

Vocación de servicio. El funcionario CIOH deberá tener una actitud de colaboración permanente tanto en el actuar con la Compañía, como gestionando bienestar a sus superiores, subalternos y demás usuarios.

Compromiso. Cada funcionario adoptará este valor cumpliendo al máximo con el proceso de sus funciones en los tiempos estipulados y con el continuo desarrollo en el servicio a los demás colaboradores y clientes; para ello cultivará habilidades y herramientas que lleven a la máxima calidad en el desarrollo continuo en el servicio con los demás colaboradores y clientes.

Compañerismo. El funcionario deberá Manifiestar cooperación, trabajo en equipo y solidaridad.

Confidencialidad de la entidad.

Toda la información que se maneja en el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico debe ser tratada bajo los principios de confidencialidad, integridad y disponibilidad. Es competencia del funcionario hacer uso apropiado, sensato y prudente de la información, evitando un tratamiento prohibido por la Dirección.

Cada funcionario tendrá la obligación en su respectivo nivel laboral de adoptar medidas de prevención tendientes a garantizar el cuidado y conservación de información técnica, científica, operacional y administrativa, con el fin de evitar contundentemente la ilegalidad a través de la duplicidad, pérdida o uso no autorizado.

Conflicto de interés.

El funcionario del Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH -P, deberá actuar persistentemente en conveniencia con los intereses de la organización, evitando cualquier contradicción entre sus intereses personales y los intereses de la empresa, a que hubiere lugar cuando sus actividades de carácter económico, político, social y/o personal pudiesen llegar a interferir con su buen juicio y los valores corporativos.

El funcionario del CIOH -P que esté autorizado para realizar procesos de contrataciones y adquisiciones o relaciones comerciales con clientes y proveedores, deberá obrar con precaución tomando decisiones en concordancia con el interés general de la empresa y que no representen ningún beneficio particular para sí mismo ni para las personas o instituciones relacionadas; haciendo uso del debido proceso en las políticas de licitación de la compañía.

El funcionario deberá anticiparse a cualquier posible conflicto de interés, y en caso de tener dudas sobre éste, deberá informar y consultar con la dirección de la compañía.

Conducta interna.

La organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P se caracteriza por su cultura basada en el respeto, la justicia y el diálogo; cada funcionario debe promover un trato digno con las personas, respetando los derechos humanos y relacionándose con sus colaboradores, clientes, proveedores, y comunidades en un margen de equidad e igualdad de oportunidades, sin discriminar su género, etnia, condición social, orientación sexual, ideología política o religiosa, discapacidad alguna, u otra similar.

En el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico es importante contar con la opinión y participación de sus colaboradores, toda vez se realice en un

entorno de respeto, cordialidad y confianza en pro de la mejora continua de la organización, actuando con prudencia y diplomacia en la resolución de conflictos. El funcionario de la compañía debe abstenerse de fomentar un ambiente de trabajo hostil y se encuentra obligado a cumplir las normas que prohíben cualquier tipo de abuso o acoso, bien sea psicológico, físico, laboral o de cualquier otra índole.

Así mismo, el funcionario del CIOH-P contribuye a mantener la reputación e imagen de la empresa, dentro y fuera de sus instalaciones a través de su honestidad, transparencia, lealtad y buena fe en su comportamiento frente a la sociedad.

Favores comerciales.

Cuando se esté inseguro acerca de la interpretación de una ley o norma, o acerca de la acción legal o ética adecuada que se debe tomar, el área jurídica y de ética puede ofrecer la orientación adecuada. Los trabajadores deben abstenerse de entregar beneficios o favores que condicionen la relación de la organización proyectos de investigación que sean aprobados por la Dirección con terceros. Los comportamientos prohibidos incluyen tratativas, colusión y/o pacto, acuerdos con Suministrar servicios técnico-marinos de apoyo, datos oceanográficos e hidrográficos, análisis físicos, químicos y biológicos, metrología de equipos y elementos de laboratorio para la investigación y otras actividades marítimas; está prohibido no brindar las asesorías técnicas y científica tanto a la Dirección General Marítima , así como los servicios prestados a las demás entidades públicas o privadas que lo requieran.

Contravenciones.

Constituye toda contravención o intento de contravención o infracción a las normas, a las leyes, decretos, reglamentos y demás normas o disposiciones vigentes para la organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P, ya sea por acción u omisión.

- Toda la información (técnica, archivos, e información interna de la administración que contengan además de resultados) que se maneje en el Centro de Investigaciones

Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico debe ser tratada bajo los principios de confidencialidad, integridad y disponibilidad.

- El personal directo y terceros indirectos de la empresa se comprometen a realizar sus actividades con integridad y prohíbe la corrupción y los sobornos en todas sus formas.
- No participar en actividades personales durante el horario laboral que interfiera o impida cumplir con deberes, obligaciones y responsabilidades dentro de su servicio.
- Cada uno de los registros deben estar completos, ser correctos y confiables, y prepararse con base a las leyes y procedimientos de la empresa.
- La labor profesional se debe evidenciar en el debido cumplimiento de las normas, con rechazo en actos no compatibles con el desempeño de las actividades de la empresa CIOH-P.

Negociaciones.

Para la Organización Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico CIOH-P, la negociación que se realice o se desarrolle se empleará bajo la normatividad establecida en la empresa, sin acceder a actos que interfieran con la integridad y confidencialidad de esta.

- Las negociaciones deben estar amparada bajo el código de conducta
- Los directivos o personal que labora en la organización deben participar en los negocios de forma ética, y correcta.
- la estrategia de negocios que utilice la empresa CIOH-P de estar fundamentada en el Compromiso, integridad, talento humano, respeto por las personas, competitividad, efectividad.
- Evitar la falsa impresión o imagen de la empresa con el fin de lograr el objetivo
- En cada negociación brindar información precisa y cierta a los clientes
- Las negociaciones realizadas por parte del personal se harán en reconocimiento y ganancia de la empresa, siendo aplicadas de acuerdo con cada situación presentada, teniendo en cuenta las políticas.

Uso de la información de la empresa.

En primera instancia, por información oficial se entiende como cualquier información que el funcionario conoce producto de sus objetivos y funciones dentro de la entidad. Así mismo, información que el funcionario sabe o conscientemente debe saber, que no se ha puesto a disposición del público en general por parte de la Dirección.

La información generada producto de las investigaciones científicas en los diferentes campos interdisciplinarios que maneja la entidad es de carácter reservada; sin embargo, cuenta con protocolos establecidos para su correcta distribución y uso de esta. Por tal motivo, es deber de los funcionarios no difundir la información técnica, archivos brutos e información interna de la administración que contengan además de resultados operacionales, información clave de los movimientos de la entidad. Así mismo, personal deberá firmar formato acta de reserva colectiva, con el fin de brindar seguridad operacional y administrativa en los procedimientos, evitar fuga de información y preservar la seguridad integral tanto del personal como de la institución.

Es importante resaltar, que está prohibido ser partícipe en cualquiera de las actividades anteriormente mencionadas y el no cumplimiento estricto puede acarrear a fuertes medidas disciplinarias y/o a un proceso judicial.

Comunicaciones estratégicas.

Las comunicaciones estratégicas que se realicen a través de los medios oficiales ya establecidos y autorizados por la entidad (Sitio web, cuenta Instagram y Facebook), deben estar enmarcados bajo la premisa de los principios y valores corporativos formulados en los compendios de este Código de Conducta. Para la Regional del Pacífico, en la cual hace parte el CIOH-P, se cuenta con una oficina de comunicación estratégica cuya función principal es la de canalizar y direccionar hacia la dependencia competente la información recibida proveniente de entidades externas, tales como noticieros, emisoras, entre otros, para garantizar una pronta y efectiva respuesta. Así mismo, si la intención es dar a conocer a la opinión pública algún evento investigativo o técnico de interés a la comunidad, esta oficina es quien cuenta con la autorización para establecer contacto directo con medios de comunicación y suministrar la información oficial.

Varios factores fundamentales a la hora de ser partícipes en eventos, video clips, entrevistas, conferencias o actos públicos en donde se esté representando a la entidad, son el porte del uniforme la entidad, el cual debe estar en excelente estado de presentación; sumado a ello, la

información a transmitir debe ser clara, precisa y concisa, y por último y no menos importante, asegurarse que dicha participación esté aprobada por la Dirección o en la ausencia por el jefe inmediato.

Cultura, social y religión.

Cada funcionario del CIOHP debe mostrar respeto hacia la cultura y las costumbres de la comunidad en donde opera a nivel local y regional, reflejando siempre el buen nombre de la organización; de igual forma se compromete con la conservación de patrimonio material e inmaterial sobre el cual pudiera tener influencia.

El funcionario de CIOH-P que desde sus funciones deba relacionarse con entes y autoridades gubernamentales debe mostrarse atento y diligente ante los requerimientos que estos realicen, absteniéndose de otorgar favores o sobornos para influir en la decisión del funcionario del gobierno.

Como parte del derecho al libre culto y la libre expresión, el funcionario del CIOH-P puede vincularse y participar libremente de asociaciones religiosas, partidos y comités políticos en su tiempo libre, y siempre y cuando no se haga uso del nombre, las instalaciones ni los recursos de la empresa para brindar apoyo político a un candidato o partido con el fin obtener algún beneficio propio ni en nombre de la organización; tampoco deberá realizar acción alguna, como entrega de propaganda política, que ejerza influencia o presión en la posición política de los demás colaboradores, respetando la neutralidad e integridad del CIOH-P.

Marco normativo.

El Control Interno juega un papel muy importante a través de sus mecanismos de verificación y evaluación implementados por la organización. Como herramienta de control interno se han creado comités regionales que permitan llevar a cabo un seguimiento oportuno y eficiente con cada una de las actividades realizadas por los funcionarios que componen la Unidad.

3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta en el CIOH-P.

Tabla 2 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta en el CIOH-P.

Concepto	Valor
Recopilación de la información.	\$30.000
Socialización y comunicación del Código de Conducta. (Participación activa de principales entidades de la Región, proveedores, usuarios y gremio marítimo).	\$100.000
Papelería (Fotocopias, impresiones, actas de reunión, tintas, entre otros)	\$ 30.000
Catálogos (información del Código de Conducta)	\$60.000
Taller teórico/práctico.	\$ 90.000
Capacitaciones (3 Fases: 1 Teórica y 2 prácticas)	\$ 80.000
Refrigerios (Opciones: Café, jugo, agua, pasa bocas) en las fases teóricas.	\$200.000
Total.	\$590.000

Tabla 2 se evidencian los recursos financieros que se utilizaran para planeación, ejecución y puesta en marcha del Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la institución.

Fuente: Elaboración propia.

Pretendiendo otorgar las herramientas que brinda el Código de conducta a la entidad, resulta de vital importancia transmitir el mensaje a todos los empleados de la empresa, usuarios, proveedores, entidades de la Región y gremio marítimo, expuesto de la siguiente manera:

- Realizar una socialización y capacitación general con el personal participante, dando a conocer la forma en que se realizó la recopilación y toma de datos que sirvieron para construir y redactar el Código de Conducta.
- Se utilizará el auditorio general, con capacidad para reunir a empleados, entidades de la Región, proveedores, usuarios y gremio marítimo. El auditorio deberá tener disposición de los elementos básicos para proyectar la presentación del código de conducta. Así mismo, espacios

verdes amplios, con el fin de llevar a cabo la fase práctica (Lúdicas, juegos didácticos, entre otros)

- Impresión del código de conducta a través de un catálogo, con el fin de ser distribuido uno por grupos de trabajo. La intención es realizar profundización y tengan facilidad para socializarlos, leerlos, analizarlo, interiorizarlo y tenerlo a la mano durante la capacitación.
- Resolver dudas, recibir comentarios y sugerencias para que su implementación sea lo más concreta y efectiva posible.
- Brindar refrigerios en cada una de las capacitaciones de las fases teóricas.
- La inversión estipulada para realizar las capacitación, socialización, divulgación y ejecución del Código de conducta tendrá un costo de \$590.000 (quinientos noventa mil pesos.)

3.5 Glosario.

Competitividad: Es el conjunto de factores y acciones que permiten a una organización obtener una o varias ventajas para aumentar su productividad (Cann, 2016).

Confidencialidad: Característica de determinada información para mantenerse en reserva o desconocimiento de alguien, y que no puede ser expuesta públicamente. (Ecured, 2019)

Estrategia: Acción planificada que en circunstancias cambiantes y a largo plazo puede otorgar a una organización mejoras para alcanzar sus objetivos de manera satisfactoria. (Johnson, Scholes, & Whittington, 2006)

Ética: Estudia la moral y la conducta humana, determinando qué es bueno o qué es permitido haciendo referencia a una decisión o situación. (EcuRed, 2019)

Gestión humana: Conjunto de actividades estratégicas que brindan apoyo a la Dirección de una organización en el desarrollo y motivación de su personal convergiendo en los intereses de ambas partes. (Sanabria Pulido, 2015).

Indicador del desempeño: Información cualitativa o cuantitativa, sobre resultados o efectos de una organización, que es comparable y que muestran el cambio a través del tiempo. (Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2019).

Responsabilidad Social Empresarial: Se refiere al comportamiento organizacional que involucra los valores y principios éticos con el fin de mejorar la relación empresa – grupos de interés, y aportar una mejora en la reputación de la organización (Colombia Aprende, 2019).

Stakeholders: Son entendidos como “cualquier grupo o individuo que pueda afectar al logro de los objetivos de la empresa o se pueda ver afectado por el mismo” (Freeman, 1984) o como “cualquier individuo o grupo que puede afectar o ser afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización” (Carroll, 1993). Así, el objetivo de la empresa no queda reducido al solo hecho de incrementar beneficios de sus accionistas, sino que además, debe hacer frente a otros objetivos de igual importancia demandados por sus diversos stakeholders (Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2019).

4. Stakeholders.

El éxito y la correcta funcionalidad de una empresa a lo largo del tiempo que garantice un crecimiento de manera constante a la organización van ligados de forma directa con la relación, empeño y estilo de trabajo con los stakeholders o grupos de interés.

4.1 Breve descripción de los Stakeholders.

En el ámbito empresarial se encuentra el término “Stakeholders”, el cual hace referencia a las partes interesadas que son afectadas o se encuentran involucradas por las actividades y decisiones de una empresa. En esta oportunidad, se analizará la organización CIOH-P, la cual se puede contar con la participación de varios actores y grupos sociales que están establecidos de forma directa e indirecta con la institución.

4.2 Mapa genérico de Stakeholders con la respectiva explicación ampliada.

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** ilustra los grupos de interés o también llamados stakeholders a nivel interno y externo de la institución.

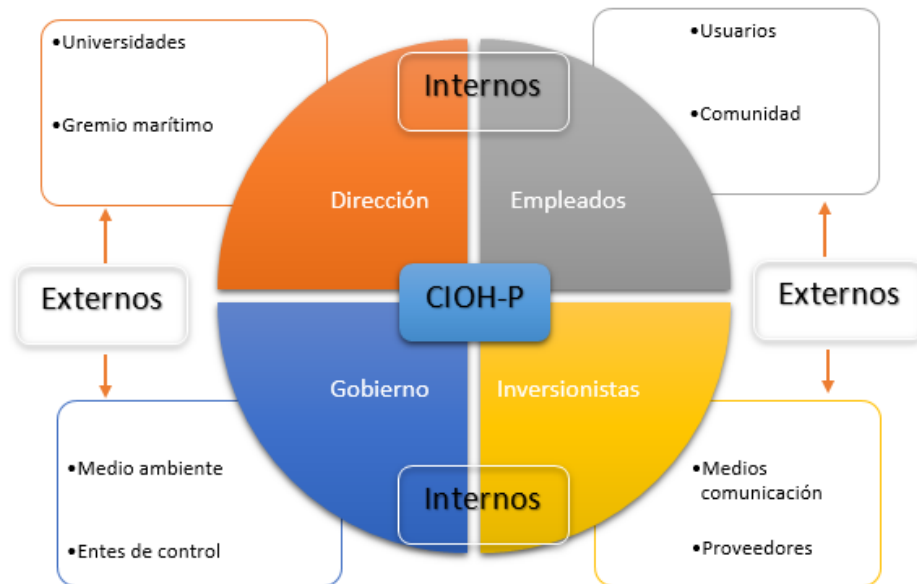


Figura 2 Mapa Stakeholders Del CIOH-P

Fuente: Elaboración propia.

En el ámbito interno.

Dirección: Son los que trabajan a la par para el cumplimiento y desarrollo de la misión y visión de la institución. Encargados de dirigir y gestionar las áreas de Manejo Integrado de Zona Costera, Oceanografía Operacional, Área de Hidrografía, Área Técnica y Área de Apoyo del CIOH- P; son responsables de encaminar a la organización hacia la consecución de sus metas.

Gobierno. La organización hace parte del Ministerio de Defensa nacional; por lo tanto, hace parte del gobierno con el fin de cumplir la función en el ámbito marítimo en el territorio nacional, cuenta con la asociación de organizaciones como la Comisión Oceanográfica Intergubernamental, Comisión permanente del Pacífico Sur, Comisión Colombiana del Océano, Colciencias, entre otras; que contribuyen con el logro de los objetivos de la organización.

Inversionistas: Los inversionistas, realizan aportes a través de la investigación, recursos económicos a través de convenios, capacitaciones, intercambio de conocimientos y proyectos que permiten aumentar la capacidad intelectual del personal y trabajar para la comunidad Tumaqueña.

Empleados. Son el grupo de técnicos y profesionales que desarrollan sus actividades dentro de la organización aportando su conocimiento, formación y experiencia al cumplimiento de los objetivos misionales del CIOH-P para satisfacer las necesidades de los clientes o usuarios de la organización. Se debe tener en cuenta aspectos de importancia como la protección de sus derechos humanos, su bienestar y seguridad y salud en el trabajo.

En el ámbito externo:

Comunidad y Usuarios: Son todas las instituciones o personas a quienes se les brindan servicios de asesoría técnica e investigación relacionada con fenómenos oceanográficos, hidrográficos y de contaminación marina, proyectos o programas de preservación y conservación del medio marino, estos son la razón de ser de la organización; es importante ofrecerles un valor agregado en la prestación de los servicios.

Medio ambiente: Abarca todos los recursos naturales en los que tiene influencia el CIOH-P, es decir fauna, flora, aire, agua y suelo pertenecientes al municipio de Tumaco - Nariño y áreas adyacentes de la Región Pacífica colombiana. Tiene una gran importancia en la ejecución de actividades de RSE que promuevan mejoramiento en el desempeño ambiental de la empresa y en la generación de impactos benéficos en su preservación y la prevención de la contaminación ambiental.

Entes de control: Es importante siempre estar al tanto de la normatividad, normas y protocolos que rigen cada uno de los procesos que ejerce la entidad, con el fin de brindar a la comunidad productos y servicios de calidad y legales.

Medios de comunicación: Hacen parte de la comunicación estratégica de la Dirección General Marítima, con el fin de transmitir a la comunidad en general cada una de las actividades de interés que realiza la institución. Así mismo, aportan en la Región para escuchar y tomar acción de las principales necesidades de la comunidad. (Emisora, página web, noticieros entre otros).

Proveedores: A través del Portal de Contratación son quienes aportan productos y servicios indispensables para realizar de manera efectiva las actividades del CIOH-P, de allí proviene la

importancia de su relación con la organización. Permiten la adquisición de última tecnología de equipos para realizar las investigaciones. Así como también, mantienen al tanto de los últimos elementos para los laboratorios.

Gremio marítimo: Es el común denominador por el cual se llevan a cabo los proyectos y trabajos sociales y ambientales por parte de la institución. A este gremio pertenecen las agencias marítimas, pescadores y todo aquel que ejerce labores en donde se involucre el mar.

Universidades: Tienen la posibilidad de realizar prácticas universitarias que van desde proyectos de pregrado hasta investigaciones para maestrías y doctorados. Los cuales, terminan beneficiando socialmente a la región.

4.3 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre el CIOH-P y los Stakeholders (actores) identificados.

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** revela el análisis de la relación influencia/impacto con cada uno de los Stakeholders que identifican a la institución.

Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) CIOH-P Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico.		
Impacto Capacidad para efectuar cambios al planeamiento o ejecución del proyecto.	Alto <i>Mantenerlos informados y nunca ignorados.</i> Gobierno. Gremio marítimo.	<i>Trabajar para el</i> Comunidad. Usuarios Medio ambiente.
	<i>Mantenerlos informados con mínimo esfuerzo</i> Medio de comunicación. Proveedores.	<i>Trabajar con ellos</i> Dirección. Empleados. Universidades. Inversionistas. Entes de control.
	Bajo	Alto Influencia Involucramiento activo.

Figura 3 Matriz de relaciones influencia/ Impacto

Fuente: Elaboración propia.

Gobierno - Gremio marítimo.

Con impacto alto y baja influencia, son aquellas partes con las cuales se debe mantener un contacto oportuno y constante, por lo tanto, se debe realizar un gran esfuerzo para incluirlos en cada una de las actividades de la entidad y poder mantenerlos al tanto de los avances del proyecto. El gobierno quien brinda el mayor presupuesto para la generación de proyectos de la entidad, resulta ser el garante y mayor interesado en saber qué se hace con los recursos económicos, por lo tanto, se debe trabajar constantemente para mostrar los resultados. Por otro lado, se encuentra el Gremio Marítimo, los cuales son nuestro público objetivo y a quienes se deben dirigir todas las actividades de la entidad. Considerado lo anterior, se observa que los intereses son mutuos, valores y necesidades son complementarias.

Comunidad. -Usuarios -Medio ambiente.

Con impacto alto y alta influencia, estos actores permiten obtener información clave para la entidad, de allí nacen los proyectos que se proponen, proyectan y desarrollan para el cumplimiento de la misión institucional. En la comunidad y los usuarios se puede encontrar las necesidades reales para la formulación de proyectos, es por ello, la importancia de tenerlos presente y saberlos entender. El medio ambiente y el mejoramiento de la calidad de vida del entorno que lo rodea a través de actividades de trabajo, de capacitación y de contribución a las necesidades básicas son fundamentales para garantizar tiempos venideros y fructíferos para la institución.

Medio de comunicación. -Proveedores.

Con baja influencia y bajo impacto, son aquellos entes a los cuales se deben monitorizar, analizar los medios, observar el estado en tiempo real para detectar cambios de talante o apreciación con respecto a las actividades que desarrolla la empresa. A nivel general, la comunidad como grupo de interés espera que la entidad cumpla a cabalidad sus compromisos reglamentarios y las obligaciones sociales establecidos en sus funciones.

Dirección -Empleados -Universidades-Inversionistas-Entes de control.

Con bajo impacto y alta influencia, son aquellos entes que no se pueden dejar pasar por alto, es fundamental involucrarlos y aprovechar positivamente su gestión al interior y fuera de la empresa. Las universidades, por ejemplo, vende de forma práctica a la institución a través del

desarrollo de pasantías con tesis de grado, el desempeño dentro de la empresa no genera costo sino inversión en materia investigativa y desarrollo científico. Así mismo, los empleados terminan siendo el pilar fundamental de la organización y se deben involucrar a nivel laboral y de bienestar social. Los entes de control se deben manejar con cautela y realizar un correcto cumplimiento de toda la normatividad en relación con la actuación de la institución, siendo respetuosa ésta con el medio ambiente y mejorando la calidad de vida del entorno social.

5. Plan de responsabilidad social empresarial.

5.1 Plan de responsabilidad social empresarial del CIOH-P.

Tabla 3 Plan de responsabilidad social empresarial del CIOH-P.

Plan De Responsabilidad Social Empresarial CIOH-P							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (Físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Gobierno Dirección Inversionistas	Lograr la financiación para los programas de investigación científica que desarrolla el Centro de Investigaciones CIOH-P.	Solicitar de manera clara y oportuna la asignación presupuestal gubernamental y/o privada posible para cada tipo de proyecto teniendo en cuenta la dependencia, el resultado esperado por la dirección y los beneficios a los diferentes grupos de interés. Clasificar los proyectos según necesidad presupuestal, dependencia encargada y nivel de impacto positivo generado, a fin de realizar los procedimientos pertinentes para la obtención de recursos provenientes de regalías o de otras entidades a través	6 meses	<i>Físicos:</i> Auditorio, medios audiovisuales (video beam, computador, sonido) tablero, marcadores. <i>Humanos:</i> Junta directiva, Inversionistas y Representantes de Entidades externas, Líderes de Dependencias (Protección al medio marino, Hidrografía, Oceanografía y Zona Costera), Contador Público y personal de costos y presupuestos. <i>Técnicos y tecnológicos:</i> Sistemas de información de la organización CIOH-P.	(Proyectos ejecutados / Proyectos aprobados) *100	Diagrama de Gantt de Ejecución Presupuestal.

de alianzas estratégicas y convenios.

Proveedores	Aumentar la participación de distintos proveedores de equipos tecnológicos, de investigación científica, insumos de laboratorio, servicios, entre otros; mediante contrataciones públicas transparentes y encuentros con el CIOH-P para socializar las necesidades y expectativas de ambas partes.	Realizar convocatoria a través del portal web del CIOH-P para informar a distintos proveedores sobre la apertura de licitaciones, aumentando las posibilidades del CIOH-P en adquirir productos y servicios con mayor relación costo-beneficio, y garantizando un proceso de contratación más abierto y transparente. Programar reuniones periódicas con los proveedores potenciales para tratar los criterios de contratación, socializar necesidades y expectativas en cuanto a calidad, precio, tiempos de entrega, financiación y otros que conlleven al fortalecimiento de las relaciones comerciales y al cumplimiento de los	6 meses	<i>Físicos:</i> Auditorio, medios audiovisuales (video beam, computador, sonido) tablero, marcadores. <i>Humanos:</i> Junta Directiva, Inversionistas y Proveedores actuales y potenciales. <i>Técnicos y tecnológicos:</i> Sistemas de información de la organización CIOH-P, Página Web, Portal Único de Contrataciones.	(Número de Proveedores Contratados/ Número de Proveedores Ofertantes en licitación) *100 (Número de Reuniones ejecutadas con proveedores/ Número de Reuniones programadas con proveedores) *100	Cronograma. Acta de Reuniones. Portal Único de Contrataciones CIOH-P. Informe de Gestión de Proveedores.
-------------	--	--	---------	--	--	---

		objetivos corporativos de las partes interesadas.					
Social	Gremio Marítimo. Universidades. Usuarios. Comunidad.	Formular un plan de proyectos regionales y locales de carácter social que involucren al gremio marítimo, entidades académicas usuarios y comunidad en general, a fin de brindarles acceso constante al conocimiento, herramientas técnicas y de divulgación científica que contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida.	Establecer un cronograma de los proyectos a realizar junto con el Gremio Marítimo, Universidades, Usuarios y comunidad en general, y socializarlo mediante reuniones, volantes, boletines y página web del CIOH-P a cada uno de estos grupos para garantizar su divulgación, conocimiento y participación en las actividades propuestas.	6 meses	<p><i>Físicos:</i> Auditorio, medios audiovisuales (video beam, computador, sonido) tablero, marcadores, volantes.</p> <p><i>Humanos:</i> Junta Directiva, Representantes del Gremio Marítimo, Representantes de Universidades y entidades académicas, usuarios, comunidad en general.</p> <p><i>Técnicos y tecnológicos:</i> Sistemas de información de la organización CIOH-P, Página Web.</p>	(Número de volantes Entregados / Número de volantes Impresos) *100 (Cantidad de Reuniones ejecutadas con los stakeholders/ Cantidad de Reuniones programadas) *100	Diagrama de Gantt por Proyectos. Actas de Reuniones.
	Medios de comunicación.	Promover la divulgación pública de los servicios ofertados por el CIOH-P a todos sus grupos de interés, entregando información oportuna y clara a todos los medios de comunicación internos y externos.	Informar con antelación a los responsables de cada uno de los medios de comunicación las actividades y programas que ejecutará el CIOH-P, el público al que van destinadas, fechas y lugares de realización. Destinar franjas de publicidad en medios de comunicación masivos para los servicios que oferta el CIOH-P de manera constante al público para incentivar la participación e integración de la comunidad.	6 meses	<p><i>Físicos:</i> Auditorio, medios audiovisuales (video beam, computador, sonido) tablero, marcadores</p> <p><i>Humanos:</i> Junta Directiva, representantes de medios de comunicación externos, líder del área de TIC del CIOH-P.</p> <p><i>Técnicos y tecnológicos:</i> Sistema de información de la organización CIOH-P, Página Web, Franjas radiales y televisivas local y regional.</p>	(Número de Medios de comunicación utilizados/ Número de Medios de comunicación existentes con cobertura local y regional) *100	Actas de reuniones. Cronogramas de Actividades.

Ambiental	Medio ambiente	Contribuir eficientemente en la prevención, mitigación y compensación de los impactos ambientales generados por el CIOH-P, mediante programas de Educación Ambiental internos y externos (a nivel local y regional), y Planes de Manejo Ambiental para la Gestión Integral de Residuos Sólidos, Uso Racional y Eficiente del Agua y la Energía, Control de Vertimientos y Control de Emisiones Atmosféricas.	Mejorar el desempeño ambiental del CIOH-P a través del cumplimiento estricto de la normatividad ambiental legal vigente, la implementación del Sistema de Gestión Ambiental y la medición de los indicadores de desempeño ambiental. Formular el Programa de Educación Ambiental del CIOH-P que involucre a los colaboradores y comunidad, enfocado en la toma de conciencia y la implementación de hábitos y comportamientos sostenibles; puede contar con la participación de otras instituciones educativas del municipio. Para los colaboradores, éste debe estar incluido en el Plan de formación del colaborador. Establecer el comité ambiental del CIOH-P encargado de liderar las actividades de colaboradores y comunidad que promuevan la preservación y protección del medio ambiente como limpieza de fuentes hídricas, jornadas de reforestación, campañas de reciclaje y campañas de residuos pos consumo.	Mensual	<p><i>Físicos:</i> Auditorio, medios audiovisuales (video beam, computador, sonido) tablero, marcadores.</p> <p><i>Humanos:</i> Junta Directiva, Comité ambiental, colaboradores del CIOH-P, instituciones educativas y comunidad en general.</p> <p><i>Técnicos y tecnológicos:</i> Sistemas de información de la organización CIOH-P, Página Web, Medios de comunicación.</p>	<p>(Número de Objetivos cumplidos en los Planes de Manejo/ Número de Objetivos propuestos en los Planes de Manejo) *100</p> <p>(Número de Capacitaciones de educación ambiental ejecutadas/ Número de capacitaciones de educación ambiental programadas) *100</p> <p>(Número de Actividades Ambientales internas y externas del CIOH-P ejecutadas/ Número de Actividades Ambientales internas y externas del CIOH-P programadas) *100</p>	<p>Diagrama de Gantt Programa de Educación Ambiental.</p> <p>Diagrama de Gantt Planes de Manejo Ambiental.</p> <p>Cronograma Actividades Ambientales Internas y Externas.</p> <p>Informes mensuales para la evaluación y mejora continua del Sistema de Gestión Ambiental.</p>
-----------	----------------	--	---	---------	---	---	--

<p>Crear un proceso licitatorio donde se logre autorizar la función de recolección, separación y disposición de residuos beneficiosos a empresas cuyos procesos estén acreditados y certificados bajo las respectivas normas.</p>	<p>Realizar un proceso de recolección, separación y disposición de residuos aprovechables por dependencias al interior de la empresa para posteriormente efectuar entrega a la empresa seleccionada para continuar con el ciclo de los residuos.</p>	<p>3 meses</p>	<p><i>Físicos:</i> Puntos ecológicos, bolsas biodegradables. <i>Humanos:</i> Junta Directiva, Comité ambiental, colaboradores del CIOH-P, instituciones educativas y comunidad en general. <i>Técnicos y tecnológicos:</i> Normativa vigente, manual de procedimientos.</p>	<p>(Kilogramos de residuos aprovechados/ Kilogramos de residuos generados) *100 (Cantidad de residuos clasificados para ser reutilizados/ Cantidad de residuos entregados a empresa recolectora) *100</p>	<p>Informe mensual</p>
---	--	----------------	---	---	------------------------

Tabla 3 se plasman las alternativas de solución a las preocupaciones sociales, económicas y medio ambientales de los Stakeholders a través de las operaciones, productos y servicios socialmente responsables que se generan en la entidad que permitieron contribuir a la formulación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial del CIOH-P.

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders).

Tabla 4 Plan de comunicaciones Stakeholders internos y externos

Dimensión	Stakeholders	Plan de Comunicaciones	
		Frecuencia	Medio
Económica	Gobierno.	Anual (Porque deben tener la relación de los proyectos planteados por la empresa para el próximo año. Fin dar inicio al análisis, aprobación y asignación de recursos.	Comunicados escritos, visitas empresariales, informe Anteproyectos.
	Dirección. Empleados.	Semestral (Porque será el encargado de recopilar las propuestas de proyectos y elevarlos a nivel Gerencial ante el gobierno.)	Comunicados escritos, Reuniones.
	Inversionistas.	Semestral (Porque deben estar al tanto de los proyectos que se van a postular, analizar la viabilidad de inversión y el apoyo)	Página Web, Correos electrónicos institucionales.
	Proveedores.	Semestral (Porque de acuerdo con los proyectos que se planteen, ellos podrán socializar sus productos o servicios que ofrecen)	Línea telefónica, redes.
Social	Gremio Marítimo. Universidades. Usuarios. Comunidad Empleados.	Semestral (Fin realizar seguimientos, impartir tareas, establecer metas, plazos y modificar o actualizar cronograma para las diferentes tareas o actividades de los proyectos a lo largo de un tiempo total determinado)	Diagrama de Gantt por Proyectos. Actas de Reuniones. Visitas empresariales. Sitios web, correo electrónico.
	Medios de Comunicación.	Semestral (Porque es importante mantener actualizados los medios de la Región con cada uno de los avances que se logran con los proyectos de la comunidad)	Volantes, carteleras informativas, televisión y radio regional.
Ambiental	Medio Ambiente. Entes de control.	Mensual (porque es importante medir el avance a nivel educativo, conciencia ambiental y reciclaje a nivel interno de la empresa)	Informes mensuales para la evaluación y mejora continua del Sistema de Gestión Ambiental.

Tabla 4 se darán a conocer los actores que intervienen, frecuencia y medios que se utilizaran para socializar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico.

Fuente: Elaboración propia.

5.3 Modelo de informe de gestión recomendado.

El informe de gestión es una herramienta o instrumento de RSE de gestión y verificación que permiten implementar prácticas socialmente responsables, donde la empresa mide su desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades, y comunicado a las partes interesadas de la empresa (stakeholders).

Se recomienda el Modelo de implantación ISE04. A través de la utilización de este modelo, la organización podría contar con una participación activa en los problemas de su entorno social. Esta es una herramienta que ayudará al diseño, gestión y evaluación de su acción social como una pieza que al engranarlo aporta significativamente a la estrategia de valor para la entidad. Al generar inversión en la comunidad se logran visualizar resultados que impactan directa e indirectamente a la organización; es allí, donde resulta primordial identificarlos, analizarlos, evaluarlos y tomar acciones.

El informe de gestión que más se acopla a nuestro Plan de Responsabilidad Social Empresarial es donde se logre tener una estructura ordenada con claridad expositiva, redacción eficaz, precisión en los datos y la mayor brevedad. El informe de gestión podrá tener la siguiente estructura:

1. **Encabezado.** Tipo de informe, quién lo presenta y el periodo al que corresponde.
2. **Introducción.** Describe cuál es el objetivo del informe, los aspectos que aborda y las herramientas que se tuvieron en cuenta.
3. **Desarrollo.** Exposición precisa de los aspectos mencionados en la introducción.
4. **Conclusiones.** A las que se han llegado de acuerdo con el objeto de análisis.

En este informe de gestión se plasmará objetivamente la descripción de los hechos más relevantes ocurridos en un periodo de tiempo para así definir situaciones futuras, dando respuesta a los siguientes interrogantes:

- Parte de los aspectos que se planificaron (¿Qué se planeó?)
- Logros alcanzados (¿Qué se hizo?)
- Dificultades presentadas (¿Qué problemas se presentaron?)

- Las respuestas a tales dificultades (¿Cómo se resolvieron?)
- Las perspectivas para el próximo periodo de tiempo. (¿Qué se va a hacer?)

Este informe de gestión deberá contar con destrezas cognitivas para poder describir, comparar, explicar y evaluar cada una de las situaciones, así:

Describir: Presentar las características y forma de ejecución o uso de los recursos empleados para llevar a cabo la gestión.

Comparar: Identificar parecidos, semejanzas y diferencias entre objetivos y eventos comparados con periodos y estrategias anteriores.

Explicar: Comunicar los resultados de la gestión, la forma como se manejaron los recursos y justificar los avances o no obtenidos.

Evaluar: Construir las proyecciones y juicios bajos criterios de credibilidad.

6. Conclusión

Durante el desarrollo de los objetivos trazados en esta propuesta, se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración de empresas; los cuales ayudaron a entender cómo la gestión empresarial relacionada a la creación de valor compartido, genera aportes positivos a la organización mediante la aplicabilidad de la responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial. Es importante resaltar que durante el desarrollo de este trabajo se formuló el plan de RSE para el CIOH-P, documento que permitió además de mejorar el análisis empresarial desde la relación que tienen las organizaciones con la sociedad y sus grupos de interés; permitió evidenciar la importancia de identificar de manera clara los impactos económicos, sociales y ambientales internos y externos de la organización como base sólida para la aplicación de los principios de Responsabilidad Social Empresarial. Es así como, se efectuó la puesta en marcha del código de conducta a fin de fortalecer la identidad y comportamiento ético interno y externo que se espera adopte la organización, teniendo en cuenta su direccionamiento estratégico y su compromiso con el cumplimiento de sus objetivos corporativos.

Posteriormente y luego de indagar y analizar información producto de las actividades desarrolladas por la entidad, se determinaron los Stakeholders tanto internos como externos mediante un mapa que contribuyera a facilitar su localización e interacción, ya que cada grupo de interés en general requiere que sus afectaciones sean mitigadas o solucionadas. Es por ello, que se permitió mostrar en este documento una herramienta clave en términos de sostenibilidad económica, social y ambiental a la organización, así como como su responsabilidad en mantener una comunicación directa y asertiva con sus stakeholders. Finalmente, con la estructuración del plan se habrá contribuido a la búsqueda de una mejora permanente en todos los ambientes de la empresa en lo referente a lo ambiental, económico y social, permitiendo garantizar, medir y gestionar los objetivos, desempeño, actividades y operaciones a fin de fortalecer la organización de una manera sostenible y dar cumplimiento a su direccionamiento estratégico. Al dejar plasmada una propuesta oportuna, coherente y eficiente para la implementación de la RSE en la organización, se evidenció el gran potencial que tiene el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico, para aportar e influir de manera significativa y benéfica en la comunidad Tumaqueña y la preservación del medio ambiente.

7. Bibliografía

- Arredondo, F., Villa, L., & De la Garza, J. (2014). *Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud. Capítulo 2, 3 y 10*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones del management al neuromanagement*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia .
- Cann, O. (12 de 10 de 2016). *World Economic Forum*. Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad>
- Carballo, R. (2005). *Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación. Capítulo 1*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Colombia Aprende. (2 de Abril de 2019). *Centro Virtual de Noticias de la Educación*. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>
- Corredor , C. (2013). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias Segunda Edición*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Dacasa, E. (2017). *Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- De la Cruz, C., & Fernández, J. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. doi:10.115581/015.XIX.2.69-118
- De Paula, G., Ferraz, J., & Núñez, G. (2006). *Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf
- Dirección General Marítima - CCCP. (2012). *Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Pacífico*. Obtenido de <http://www.cccp.org.co/>

Dirección General Marítima - DIMAR. (2019). *Dirección General Marítima*. Obtenido de <https://www.dimar.mil.co/>.

Ecured. (15 de Abril de 2019). *Ecured*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Confidencialidad>

EcuRed. (19 de 04 de 2019). *EcuRed*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/%C3%89tica>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Gutiérrez, E. (2010). *Competencias gerenciales, habilidades conocimiento y aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Gutiérrez, R., & González, L. (2011). Normas internacionales y políticas públicas - Capítulo 6. En A. Vives, & E. Peinado-Vara, *La responsabilidad social de la empresa en América Latina* (pág. 464). Washington, D.C.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección Estratégica*. Madrid (España): Pearson Education.

Lombana, J. &. (s.f.). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición)*. (pp.206-228). Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2014). *Introducción a la responsabilidad social corporativa* Pág. 17-23. Obtenido de https://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf.

Porter, M. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior (2a. edición)*. Capítulo 1. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Sanabria Pulido, P. (2015). Gestión estratégica del talento humano en el sector público: estado del arte, diagnóstico y recomendaciones para el caso colombiano. 366.

Solano, L. (2008). *Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

UNAD. (2019). Modelos Gerenciales. *Recomendaciones Código de Conducta*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (30 de 05 de 2019). *Campus Virtual UNAD*. Obtenido de <https://campus18.unad.edu.co/ecacen24/mod/glossary/showentry.php?courseid=164&eid=205&displayformat=dictionary>

Anexos

A través de estrategias sociales y corporativas, el nivel organizacional experimenta estímulos a la solución de problemas de tipo colectivo, con la intención de mantener el bienestar social integral de una comunidad; y a su vez, permite una orientación a la gestión a través de herramientas que accedan a una eficiente comunicación vertical entre los Directivos, trabajadores, colaboradores y clientes potenciales de la empresa.

Mediante el siguiente video de marketing social y marketing corporativo se profundizará en estas estrategias, las cuales mejoran el clima organizacional, crean una identidad propia y elevan la productividad.

Link Video

Link del video publicado en YouTube donde se encuentra la conceptualización del marketing social y el marketing corporativo.

<https://www.youtube.com/watch?v=KG9VYHE2SeQ>