



Modelo 3impact

RSC con Sentido



Modelo 3impact

RSC con Sentido

3impact es un modelo de Responsabilidad Social Corporativa con sentido que se vertebra desde la cultura corporativa y el propósito social de las organizaciones que quieren convertir su RSC en el motor estratégico de su actividad y de su sostenibilidad.

El sentido y la coherencia que **3impact** da a la RSC construye empresas e instituciones más resistentes, económicamente más rentables y medioambientalmente respetuosas que además dan respuesta a necesidades sociales de su entorno. Consiguen así múltiples beneficios tangibles e intangibles.

3impact persigue cambiar el paradigma de los negocios hacia la nueva visión económica social sostenible y de igualdad, en línea con las crecientes demandas y retos de la sociedad actual.

¿Para qué tomar 3impact como guía?

Para construir una política coherente de Responsabilidad Social impulsando una cultura corporativa sólida, que beneficie directamente a la organización con mayor rentabilidad y mejoras significativas en todos los ámbitos de la gestión:

1. Clima laboral, Comunicación y Relaciones Internas.
2. Política laboral: planes de igualdad, códigos de conducta, voluntariado, riesgos psicosociales, motivación, liderazgo, alineación en valores.
3. Comunicación externa e Imagen pública.
4. Respeto al entorno.
4. Reputación y Relaciones Institucionales
6. Sinergias sectoriales y con proveedores

Fases

Hay 4 Fases principales para implantar la Estrategia de RSC **3impact**.

El modelo **3impact**, con una fuerte base en la inteligencia emocional tanto organizacional como personal, se adapta a las circunstancias, tamaño, nivel de madurez y necesidades de cada cliente. Por eso, los objetivos y alcance de cada fase, así como las acciones a poner en marcha, dependen directamente de la situación de cada organización.

3



Las 4 fases de este modelo se dirigen de forma específica a desarrollar una cultura corporativa coherente con los principios de la Responsabilidad Social que impulsa, unos principios basados en las personas y en la habilidad para responder (o comunicarse de forma efectiva) de la empresa con todos los grupos de interés con que se relaciona, comenzando por su plantilla.

Se plantea una intervención potenciadora, con una fuerte base en Inteligencia Emocional, el Coaching Sistémico y el Coaching de Equipos, que supone el desarrollo de las dos primeras fases del Modelo **3impact** (Inmersión y Diseño).

El planteamiento metodológico propuesto se basa en el desarrollo de **cuatro fases** principales, de forma completamente personalizada y en plazos que no son fijos ya que dependen de lo que decida la organización, de los recursos de que disponga o destine, y de lo que por su situación sea recomendable.

1. Fase Inmersión

Qué | Objetivos propios de esta fase

- Diagnóstico madurez RSC de la organización e identificación de cultura corporativa: liderazgo, estilo de dirección, estilo de comunicación
- Revisión y validación de Misión, Visión y Valores
- Construir Mapa de *stakeholders*
- Sensibilización interna sobre RSC con propósito
- Identificación alternativas de propósito empresarial
- Generar conciencia y motivar a la mejora individual con planes de acción personales, desde el conocimiento básico sobre estilos de liderazgo y estilos de dirección
- Informe inicial de situación con identificación de oportunidades y fortalezas
- Propuesta inicial de plan de acción para Fase de Diseño

Cómo | Herramientas habituales de esta fase

- Diagnóstico de partida con Cuestionario 3impact (360º de la RSC – 8 áreas**) revisión documental
- Sesiones de trabajo, visitas
- Sesiones de co-creación, validación, discusión con línea directiva
- Sesiones de liderazgo y cultura corporativa en RSC formato *indoor* o *outdoor*
- Sesiones de sensibilización y motivación con la plantilla
- Entrevistas, estudios de Feedback 180 - 360, clima laboral, etc.

**BLOQUES DE INDICADORES 3 IMPACT

- | | |
|--|--|
| 1. Compromiso ético y responsabilidad | 6. Compromiso con la protección y mejora del entorno social - la comunidad |
| 2. Personalidad y cultura organizacional | 7. Compromiso con la protección y mejora del entorno ambiental |
| 3. Compromiso con las personas dentro | 8. Compromiso con la transparencia |
| 4. Compromiso con las personas fuera | |
| 5. Gestión económica | |

2. Fase Diseño

Qué | Objetivos propios de esta fase

- Impulso de las acciones derivadas del informe de la fase de inmersión
- Definición y/o consolidación MVV
- Definición y comunicación propósito social y estrategia 3Impact
- Construcción de ideario RSC (mensajes y argumentos estratégicos)
- Entrenamiento en competencias clave para la RSC: liderazgo, feedback y gestión del talento-motivación
- Inoculación RSC en cultura corporativa
- Grupos de trabajo comunicación con grupos de interés y planes de acción
- Plan de Involucración de los trabajadores
- Plan de comunicación interna y externa

Cómo | Herramientas habituales de esta fase

- Sesiones de co-creación
- Actividades de co-creación y/o formativas en entorno Moodle (Aula Virtual) personalizado
- Talleres de Inteligencia Emocional aplicada
- Formación en competencias clave: workshops para el desarrollo de liderazgo, comunicación, gestión de la diversidad, gestión del cambio, proactividad, igualdad, etc.
- Procesos de Coaching ejecutivo para miembros clave o situaciones especiales

En las dos primeras fases de Inmersión y Diseño se desarrolla el 70% de la estrategia RSC que impulsa **3Impact**.

3. Fase Acción y repercusión

Qué | Objetivos propios de esta fase

- Desarrollo y ejecución de las acciones internas y externas definidas en la estrategia
- Apoyo y/o desarrollo documentos RSC (políticas, códigos, informes anuales)

Cómo | Herramientas habituales de esta fase

- Asesoría y/o desarrollo de acciones internas o externas (con compromiso de eficiencia en costes y sinergia de objetivos)
- Formación en competencias clave: workshops.
- Procesos de Coaching ejecutivo para miembros clave o situaciones especiales

4. Fase Maduración

Qué | Objetivos propios de esta fase

- Definición de métodos de seguimiento y coordinación de la RSC propios del cliente.
- Modelos de Certificación de RSC con propósito social.

Cómo | Herramientas habituales de esta fase

- Asesoría y/o acompañamiento
- Desvinculación

La vocación de CpC es generar organizaciones no dependientes e ir desvinculándose.

3impact

RSC con sentido

Para organizaciones emocionalmente inteligentes

“El autoconocimiento es el pilar del desarrollo tanto de personas como de organizaciones”

El autoconocimiento, la habilidad fundamental de una sólida inteligencia emocional, es la guía que comparten empresas y personas para lograr su desarrollo conjunto y su fortaleza.

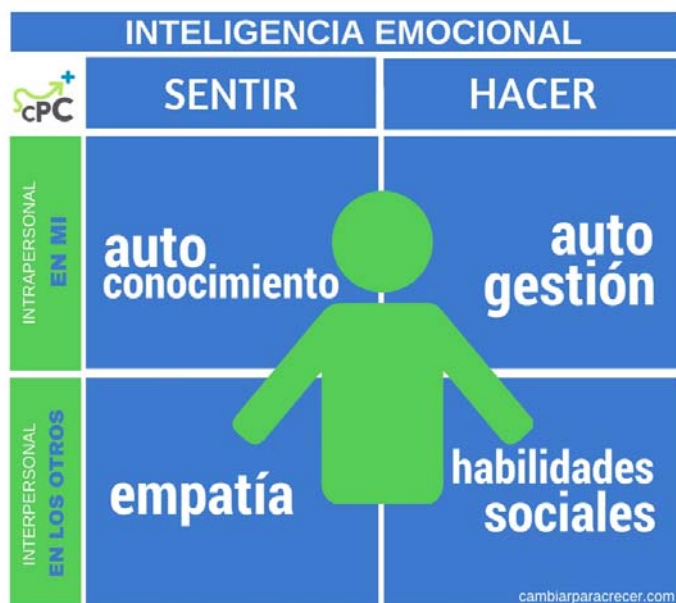
Cuando personas u organizaciones alcanzan un alto grado de autoconocimiento, comparten las mismas características:

1. **Tienen claro su propósito**, saben lo que quieren
2. **Comunican claramente** hacia dentro y hacia fuera, son confiables porque esa transparencia da a todos seguridad
3. **Son coherentes**, saben identificar cuando no hacen lo que dicen o piensan
4. **Tienen vinculación social** y relaciones de calidad



cambiarparacreer.com

6



“Queremos generar empresas emocionalmente inteligentes”

Una empresa es como son sus personas. Llenar las empresas de líderes y colaboradores emocionalmente inteligentes es una estrategia de éxito. El resultado: una organización que, como las personas con IE:

1. **Sabe automotivarse**: Tiene los objetivos claros, y no se deja llevar por los premios o halagos del mercado o sus clientes. Se centra más en su propósito de empresa para definir estrategias desde su interior, su gente, que son el motor de su autoestima y su motivación intrínseca.
2. **Gestiona las expectativas**, y sabe posponer los

logros. Es capaz de desarrollar el esfuerzo necesario para conseguir lo que decide marcarse como objetivo a pesar de que los resultados sean inciertos o estén lejanos en el tiempo.

3. **Controla sus impulsos**, no toma decisiones precipitadas por resultados puntuales o sensaciones concretas. Usa el análisis de datos objetivos y la reflexión colectiva para valorar de forma adecuada las diferentes alternativas.
4. **Sabe tolerar la frustración**, así que no se rinde fácilmente ni se deja llevar por la ira cuando no ve sus objetivos cumplidos, sino que aprovecha lo aprendido para replantear sus objetivos y diseñar nuevas estrategias.
5. **Tiene destacadas habilidades sociales** para relacionarse y comunicarse en el mercado. Es una empresa empática, se involucra con su entorno social y conoce la realidad y necesidades de sus públicos de interés. Además, tiene un estilo de comunicación asertivo y una filosofía basada en el ganar-ganar.

Nuestra meta es que tú consigas la tuya.