

# Índice 3D del Propósito

(Informe de resultados)



# MEDIR PARA MEJORAR

Con la colaboración de



# Qué es Medir para Mejorar?

Medir para Mejorar es un movimiento que tiene por objetivo desarrollar un índice estandarizado, global y colaborativo para la medición de la **Vivencia del Propósito** en las organizaciones.

# Promotores



Rigor en la investigación



Facilitadores de innovación



Apoyo en la implementación



## SUPPORTERS

Organizaciones sin ánimo de lucro tales como fundaciones, asociaciones, colegios profesionales, ONG's, cámaras de comercio, cátedras, centros de investigación y otros movimientos. Los miembros institucionales apoyan los fines del movimiento y su difusión desde diversas áreas de influencia.

## IMPROVERS

Son impulsores y agentes de cambio que ayudan a las empresas grandes, medianas y pequeñas a medir su propósito mediante el Índice 3D, interpretar los resultados y diseñar planes de mejora de la vivencia del propósito.

# Impacto global

El movimiento Medir para Mejorar ya ha llegado a más de:

125

Empresas

15

Países

13

Sectores

+285k

Empleados

# Mejora Continua de la Vivencia del Propósito

## MEDIR

Evaluamos la vivencia del propósito a través del Índice 3D. Ofrecemos benchmarking, buenas prácticas y recomendaciones para la mejora continua.



## MEJORAR

Impulsores y agentes de cambio te acompañan en la interpretación de los resultados y en el diseño de iniciativas que impulsen la mejora dentro de tu organización.

# 15 años de investigación

38 Preguntas

Code	Original dimension	Item	Reference
CON1_1	Knowing the mission	I think the mission is visible and accessible	New item
CON1_2		I am able to explain the company's mission in my own words	
CON1_3		I believe that the company communicates the mission clearly and concisely	
CON1_4		I am able to interpret the company's mission	
CON1_5		Wong (2011)	
CON1_6		I am able to interpret the company's mission in my own words	
CON1_7		I am able to explain the company's mission to people outside the organization if I were asked to	
CON1_8		Wong (2011)	
CON1_9	Importance of the mission	I believe the mission is important to the company	New item
CON2_1		I believe that the mission is important to society	
CON2_2		Wong (2011)	
CON2_3		I consider the company's mission to be valuable to the extent that it helps me resolve difficulties at work	
CON2_4		Wong (2011)	
CON2_5		I am pleased to know that my organization's mission is important to me	
CON2_6		Bar et al. (2001)	
CON2_7		I think my company has the right mission	
CON2_8		New item	
CON3_1	Visible commitment of the "bosses"	The managers communicate the mission properly	New item
CON3_2		The managers are committed to the mission	
CON3_3		The managers' behavior is consistent with the company's mission	
CON3_4		Through their example, the managers give visible signs of their commitment to the mission	
CON3_5		Wong (2011)	
CON3_6		The managers encourage the development of the mission	
CON3_7		Wong (2011)	
CON3_8	Visible commitment of co-workers	In general, my colleagues are committed to the mission	New item
CON3_9		The mission is a priority and is shared by all the members of the organization	
CON3_10		The behavior of my colleagues is consistent with the mission	
CON4_1		My colleagues push the development of the mission	
CON4_2		In general, the people who work with me are committed to the mission	
CON4_3		The mission is present in the values and culture of the organization	
CON4_4		Wong (2011)	
CON4_5		The company's decisions are consistent with the mission	
CON5_1	Behavior coherence between mission and practice	Bar et al. (2001)	
CON5_2		Saito et al. (2001)	
		Table III. Questionnaire with its code items to be aligned with the original dimensions and subdimensions	
		(continued)	



18 Preguntas

Dimension	Item
1 Leadership	1 The managers' behavior is consistent with the company's mission 2 The managers are committed to the mission 3 Through their example, the managers give visible signs of their commitment to the mission 4 The managers encourage the development of the mission 5 The decisions made by the company are consistent with the mission 6 I believe that the mission is important to society 7 I align my company's mission because it is aligned with my individual values 8 I think that the company's mission is important to me 9 I am able to explain my company's mission in my own words 10 I could explain my company's mission to people outside the organization if I were asked to
2 Importance	11 I understand my company's mission 12 The behavior of my colleagues is consistent with the company's mission 13 My colleagues push the development of the mission 14 In general, people who work with me are committed to the mission 15 I am in a working group at the company where we work on the mission 16 I have participated in the process of defining and reviewing the mission 17 During the year, I spend time reflecting on the company's mission 18 I participate in activities where I can give my own opinion about the mission
3 Knowledge	
4 Co workers' engagement	
5 Implication	



3 Preguntas

(índice 3D)

Dimensión	Preguntas
Coherencia de los Directivos	Q1. El <b>comportamiento de los directivos</b> es coherente con el propósito/misión de la empresa
Conexión Personal	Q2. El propósito/misión de mi empresa está <b>alineado con mis valores personales</b>
Coherencia de los Compañeros	Q3. El <b>comportamiento de mis compañeros</b> es coherente con el propósito/misión de la empresa

Source: Rey, C., Alloza, A., & Márquez, (2023). 3D INDEX of Purpose. Harvard Deusto Business Review, (335), 8-14.

Source: Marimon, F., Mas-Machuca, M., & Rey, C. (2016). Assessing the internalization of the mission. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 170-187.

# Medición de la vivencia del propósito

La medición se realiza mediante el **Índice 3D** formado por tres preguntas:

Dimensión	Preguntas
Coherencia de los Directivos	Q1. El <b>comportamiento de los directivos</b> es coherente con el propósito/misión de la empresa
Conexión Personal	Q2. El propósito/misión de mi empresa está <b>alineado con mis valores personales</b>
Coherencia de los Compañeros	Q3. El <b>comportamiento de mis compañeros</b> es coherente con el propósito/misión de la empresa

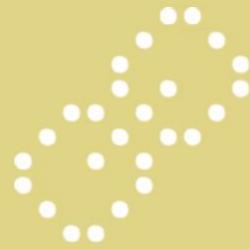
Escala de respuesta: Totalmente de acuerdo / De acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo

Fuente: [El índice 3D del Propósito](#). Harvard Deusto Business Review.

© Measure to Improve



# Cómo hacerlo?



## OPCIÓN 1: CON NUESTRA PLATAFORMA

Te enviamos un link de encuesta con las tres preguntas del Índice 3D y lo distribuyes a tus empleados.



## OPCIÓN 2: DO IT YOURSELF

Te enviamos una guía de implementación e introduces las tres preguntas del Índice 3D en tus encuestas internas a los empleados.

# ¿Qué se requiere de parte de las empresas?

Los datos de los resultados de la encuesta son puestos a disposición de forma anónima para el uso de la Cátedra y para fines de investigación.

**La participación no supone ningún costo para las empresas;** la medición se realiza de forma gratuita gracias al apoyo de las instituciones colaboradoras.

# RESULTADOS

Entidad:

Fecha: XX/XX/XXXX

Número de Respuestas:

# Indicadores clave

Indicador	Descripción	Valor	Bench.
Índice 3D (neto)	<b>% de personas que se sienten conectadas con el propósito y reconocen la coherencia en directivos y compañeros</b> ("Totalmente de acuerdo" y/o "De acuerdo" en las tres preguntas)	<b>57%</b>	<b>59%</b>
Índice 3D (bruto)	<b>Valor total de la Vivencia del propósito calculada con el valor promedio de las tres preguntas en base 10</b>	<b>7.3</b>	<b>7.5</b>

Indicadores clave para introducir en el cuadro de mando de la empresa.

El benchmark se realiza con 10 empresas similares en términos de zona geográfica, tamaño y sector.

# Desglose del Índice neto

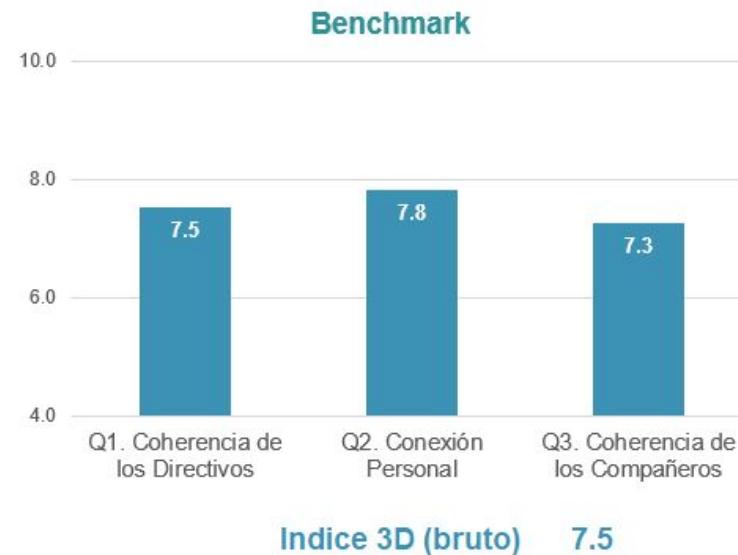
Perfiles	Descripción	% empleados	% Bench.
Vivencia plena	<b>Se sienten conectados con el propósito y reconocen la coherencia en directivos y compañeros</b>	<b>57%</b>	<b>59%</b>
Vivencia parcial	<b>Se sienten conectados con el propósito pero no reconocen la coherencia en directivos y/o compañeros</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>
Indiferencia parcial	<b>No se sienten conectados con el propósito pero sí reconocen la coherencia en directivos y/o compañeros</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>
Indiferencia total	<b>No se sienten conectados con el propósito y no reconocen la coherencia en directivos y/o compañeros</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>
Desconexión parcial	<b>Se sienten desalineados con el propósito pero sí reconocen la coherencia en directivos y/o compañeros</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>
Desconexión total	<b>Se sienten desalineados con el propósito y no reconocen la coherencia en directivos ni en compañeros</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>

Ampliación del Índice 3D neto. Elaborado mediante un algoritmo que combina las respuestas de Q2 con las respuestas de Q1 y Q3.

El benchmark se realiza con 10 empresas similares en términos de zona geográfica, tamaño y sector.



# Desglose del índice 3D bruto



Desglose del índice 3D bruto por pregunta en base 10.

El benchmark se realiza con 10 empresas similares en términos de zona geográfica, tamaño y sector.

# ANEXOS

# Anexo 1. ¿Cómo se calculan los resultados del Índice bruto?

Para cada dimensión se obtiene un valor otorgando las siguientes puntuaciones a las respuestas:

- Totalmente en desacuerdo 0,0
- En desacuerdo 2,5
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo 5,0
- De acuerdo 7,5
- Totalmente de acuerdo 10

# Anexo 2. ¿Cómo se realiza el desglose del índice neto?

El algoritmo utilizado sigue las siguientes lógicas:

Perfiles	Q2.Personal	Q1.Directivos / Q3.Compañeros
<b>Vivencia plena</b>	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (*)
<b>Vivencia parcial</b>	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo (**)
<b>Indiferencia parcial</b>	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (**)
<b>Indiferencia total</b>	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo (*)
<b>Desconexión parcial</b>	En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (**)
<b>Desconexión total</b>	En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo (*)

(\*) en directivos y compañeros

(\*\*) en directivos y/o compañeros



Chair in Management  
by Missions and  
Corporate Purpose



Contacto: [support@measuretoimprove.org](mailto:support@measuretoimprove.org)  
[www.measuretoimprove.org](http://www.measuretoimprove.org)

Tu **compromiso**  
contribuye a crear  
una sociedad con  
más **sentido de**  
**propósito.**

