

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	Assessing the IM
CONS.1	1 Knowing the mission	I think the mission is visible and accessible	New item	177
CONS.2		I am able to explain the company's mission in my own words		
CONS.3		I believe that the company communicates the mission clearly and extensively		
CONS.4		I understand my company's mission	Wang (2011)	
CONS.5		I am able to interpret the company's mission in my own words		
CONS.6		I could explain the company's mission to people outside the organization if I were asked to		
CONS.1	2 Understanding the importance of the mission	I think the mission is important to me	New item	
CONS.2		I believe the mission is important to the company		
CONS.3		I believe that the mission is important to society		
CONS.4		I feel that I identify with the company's mission	Wang (2011)	
CONS.5		I consider the company's mission to be valuable to the extent that it helps me resolve difficulties at work		
CONS.6		I aligned my company's mission because it is aligned with my individual values		
CONS.7		I think my company has the right mission	Bart et al. (2005)	
CONS.8		I am pleased to know that my organization's mission is worth it	New item	
CONS.1	3 Visible commitment of the "team"	The managers communicate the mission properly	New item	
CONS.2		The managers are committed to the mission		
CONS.3		The managers' behavior is consistent with the company's mission		
CONS.4		Through their example, the managers give visible signs of their commitment to the mission		
CONS.5		The managers encourage the development of the mission	Suh et al. (2005)	
CONS.1	4 Visible commitment of co-workers	In general, my colleagues are committed to the mission	New item	
CONS.2		The mission is a principle that is shared by the members of the organization		
CONS.3		The behavior of my colleagues is consistent with the company's mission		
CONS.4		My colleagues push the development of the mission		
CONS.5		In general, the people who work with me are committed to the mission	Bart et al. (2005)	
CONS.1	5 Perceived coherence between mission and practice	The mission is present in the values and culture of the company	Suh et al. (2005)	
CONS.2		The company's decisions are consistent with the mission		
				Table III. Questionnaire with its code items for the IM that is gathered from the original dimensions and references
				(continued)

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

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 accept 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 comportamiento de los directivos es coherente con el propósito/misión de la empresa
Conexión Personal	Q2. El propósito/misión de mi empresa está alineado con mis valores personales
Coherencia de los Compañeros	Q3. El comportamiento de mis compañeros 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.

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

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

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.

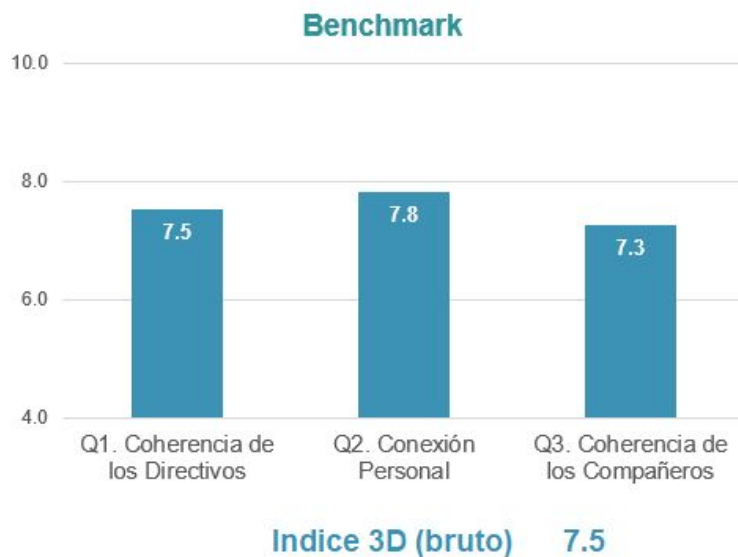
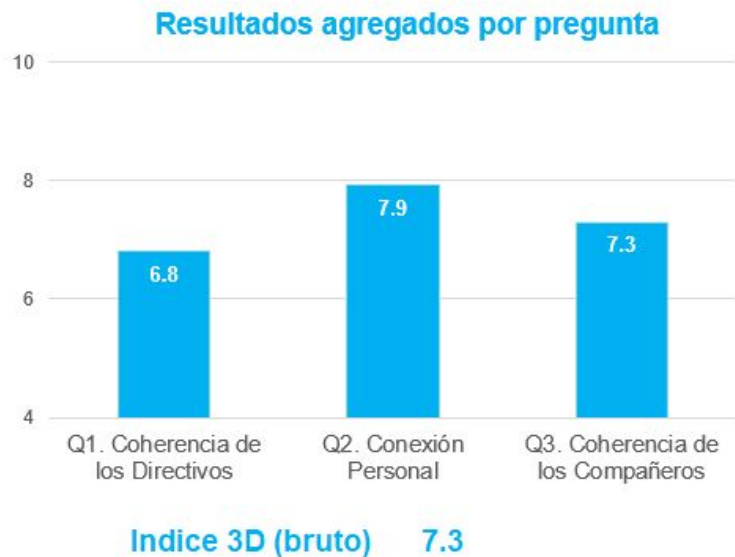
Desglose del Índice neto

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

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
Vivencia plena	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (*)
Vivencia parcial	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo (**)
Indiferencia parcial	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (**)
Indiferencia total	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo / En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo (*)
Desconexión parcial	En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo/ De acuerdo (**)
Desconexión total	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



Contacto: support@measuretoimprove.org
www.measuretoimprove.org

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

