

# Human Sigma

Un programa  
de investigación y consultoría  
para el gerenciamiento  
de los recursos humanos



## SOBRE EL HUMAN SIGMA

Human Sigma es un programa desarrollado por Gallup Inc. que combina consultoría con investigación aplicada. Es una herramienta que permite medir y gerenciar la calidad de la interacción entre los empleados y los clientes de una empresa, bajo la premisa de que en esa interacción es donde se crea (o se destruye) una parte muy importante del valor de las empresas.

Human Sigma está basado en la experiencia directa con cientos de empresas y millones de clientes y empleados. En efecto, en los últimos cinco años, Gallup Inc. ha recolectado respuestas de más de 4 millones de empleados, más de 1 millón de clientes, más de 500.000 unidades de negocios o grupos de trabajo y en más de 400 compañías.

## LAS PREGUNTAS

Human Sigma procura orientar respuestas a algunas de las grandes interrogantes que se hacen las empresas cuando buscan utilizar más eficientemente los recursos humanos:

- ¿Cómo medir la calidad del ambiente de trabajo en las empresas?
- ¿Qué aspectos de la persona y de la organización inciden en el ambiente de trabajo?
- ¿Cómo afecta el compromiso de los trabajadores a la productividad, las ventas y las ganancias?
- ¿Son más productivas las empresas donde los trabajadores están más comprometidos con sus empleos?
- ¿Qué puede hacer la empresa para mejorar el ambiente de trabajo y elevar sus ganancias?
- ¿Depende la satisfacción con el trabajo de la legislación laboral?
- ¿Cuales son los factores que influyen sobre la satisfacción en el trabajo?

## LOS PRINCIPIOS BÁSICOS

Son cinco los principios en que se basa el Human Sigma para medir, administrar y gerenciar las interacciones entre clientes y empleados:

- las experiencias de los empleados y de los clientes deben ser tratadas conjuntamente, no como instancias separadas;
- las emociones actúan e influyen sobre la interacción entre empleados y clientes;
- las interacciones entre empleados y clientes deben ser medidas y manejadas a nivel local;
- el compromiso entre empleados y clientes actúa sobre un mejor desempeño financiero. Esta interacción puede ser cuantificada y resumida en una métrica única;
- una mejora sistemática y sostenida en la interacción entre empleados y clientes requiere de acciones específicas, por un lado, y de un compromiso global de la empresa para modificar la forma en que los empleados son reclutados, posicionados en sus roles, recompensados y dirigidos.

## EL MÉTODO: UN META ANÁLISIS

Para el análisis de la información Human Sigma utiliza una técnica basada en la recopilación de observaciones de diferentes estudios en diferentes tiempos, países y regiones. La integración de los datos acumulados a lo largo de series de estudios orientados todos a responder las mismas preguntas, permite integrar resultados, establecer normas, identificar diferencias y similitudes, eliminar distorsiones y proveer estimaciones validas de relaciones entre las variables.

## HUMAN SIGMA: LOS DATOS

El enfoque del HumanSigma permite hacer un mapa de las interacciones empleado-cliente, identificando y midiendo la efectividad de estas interacciones, construyendo métricas que permitan evaluar la efectividad de las mismas y medir sus cambios a partir de la aplicación de medidas concretas.

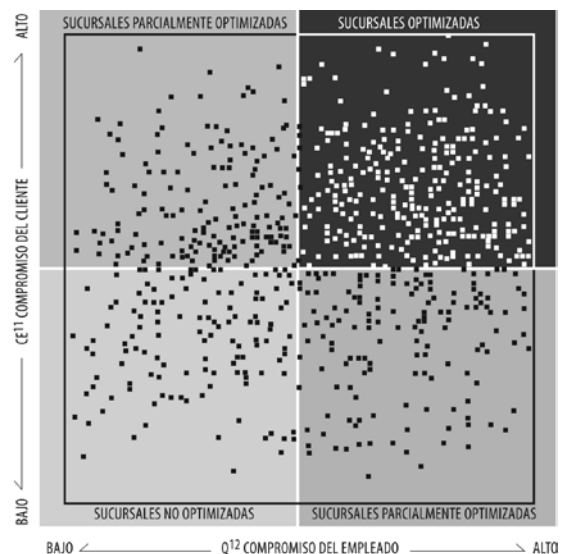
La multiplicidad y cantidad de datos obtenidos y el tipo de método empleado en su análisis, hace posible construir una medida única y de lectura sencilla de la efectividad del encuentro empleado – cliente. Esto le permite a cada gerente, por ejemplo, contar con una métrica del alcance del compromiso de su equipo.

## HUMAN SIGMA: LOS RESULTADOS

Los estudios realizados por Gallup Inc. muestran la alta correlación entre la calidad de la interacción entre los empleados y los clientes de una empresa y la performance financiera de la organización. Esta correlación puede ser medida tanto a nivel global (la organización en su conjunto) como local (según sucursal, equipo de trabajo, etc).

El compromiso entre el cliente y el empleado interactúa para promover un mayor nivel de vigor financiero en toda la organización. Esta relación se representa gráficamente mediante el trazado de puntuaciones individuales sobre estos indicadores a lo largo de dos ejes que representan los puntajes de compromiso de clientes y empleados locales, con cada punto representando una sucursal.

DIAGRAMA DE DISPERSIÓN DE LAS PUNTUACIONES INDIVIDUALES



Fuente: Gallup

## SOBRE MBC-MORI

**mbc-mori**, es una consultora de investigación de mercados y opinión pública que está presente en el país desde el año 1994 y cuenta con capacidad operativa en la región. En la actualidad tiene los derechos de representación de Human Sigma en la Argentina.

## SOBRE LOS USUARIOS DE HUMAN SIGMA

Entre sus principales clientes pueden destacarse: Best Buy, Wellfargo, Striker, Apple, Wachovia, Walmart, Ritz Carlton entre otros.

## SOBRE LOS DIRECTORES DE HUMAN SIGMA

**Gerver Torres**, economista, es el responsable para América Latina y el Caribe de un proyecto de evaluación y seguimiento del bienestar de la población mundial que lleva adelante la organización Gallup Inc. con sede en Washington DC. Ha sido Director del Fondo Monetario Internacional y consultor del Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo.

**Jesus Rios**, psicólogo social, especialista en temas de competitividad y emprendimiento y consultor estratégico senior de la organización Gallup Inc. Además, es asesor de programas de gerencia del cambio organizacional, gerencia de marcas, calidad del servicio y cultura corporativa. Es director regional para América Latina de Human Sigma.

