

2010

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

Creando valor social compartido
desde la gestión de los Recursos Humanos

1965 · 45 años · 2010



Manpower®

“Creando valor social compartido desde la gestión de los Recursos Humanos”

Crear una dimensión social en la propuesta de valor. En el corazón de cualquier estrategia existe una propuesta de valor única: un conjunto de necesidades que una empresa puede satisfacer para los clientes que ha escogido y que otros no pueden satisfacer. La responsabilidad social corporativa más estratégica ocurre cuando una empresa añade una dimensión social a su propuesta de valor, convirtiendo el impacto social en una parte integral de la estrategia.

Publicado en Harvard Business Review Diciembre 2006: artículo de M. Porter y M. Kramer “Estrategia y Sociedad” - El vínculo entre ventaja competitiva y RSE.

INDICE

	▶	Nuestra Empresa (pág.4)
◀ 1		
Reflexiones sobre los desafíos de la sustentabilidad empresarial en nuestro negocio (pág.8)		
	2 ▶	Acerca de este reporte (pág. 10)
◀ 3		
Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio (pág. 12)		
	4 ▶	Consolidando vínculos con los grupos de interés (pág. 22)
◀ 5		
Nuestros programas de RSC (pág. 26)		
	6 ▶	Empleados (pág. 42)
◀ 7		
Clientes (pág. 50)		
	8 ▶	Candidatos y Asociados (pág. 54)
◀ 9		
Proveedores (pág. 58)		
	10 ▶	Gobierno (pág. 62)
◀ 11		
Medioambiente (pág. 64)		
	12 ▶	Logros y desafíos (pág. 68)
◀ 13		
Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso 2010 (pág. 72)		

Nuestra Empresa

Somos un puente al empleo, asesorando a personas y empresas en el cambiante mundo laboral. Ayudamos a nuestros clientes a trabajar de manera más eficiente y ética, conectamos a las personas con posibilidades de trabajo significativas y, en el proceso, ayudamos a construir comunidades más sostenibles en las que vivir y trabajar.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

- En 2010 celebramos 45 años en la Argentina.
- Estamos entre los 10 empleadores más grandes del país.
- En 2010 dimos trabajo a más de 65.000 personas.
- Contamos con 69 sucursales en todo el país.
- 1° en el Ranking de la revista Mercado 2010 como empresa líder del sector.⁽¹⁾

Visión

Nuestra Visión es liderar la creación y provisión de servicios que permitan a nuestros clientes triunfar en el cambiante mundo laboral.

Trabajo Contemporáneo

En Manpower hablamos de Trabajo Contemporáneo: ayudamos a las personas y empresas a tomar las decisiones correctas para que puedan aprovechar las condiciones actuales y comprender lo que viene en el cambiante mundo laboral.

Valores

Gente. Nos importa la gente y el papel del trabajo en su vida. Respetamos a las personas como individuos, confiamos en ellas y las apoyamos para que puedan alcanzar sus objetivos tanto en el trabajo como en la vida.

Reconocemos el aporte que todos realizan para que logremos el éxito: nuestro personal, clientes, candidatos y asociados. Promovemos y recompensamos los logros.

Conocimiento. Compartimos nuestros conocimientos, experiencia, y recursos, para que todos puedan comprender el presente y el futuro del mundo laboral, y sepan cuál es el mejor modo de enfrentarlo.

Innovación. Estamos a la vanguardia del mundo laboral. Nos atrevemos a innovar, a ser pioneros y a evolucionar. Nunca aceptamos el status quo.

Tres marcas al servicio del cliente



Manpower

Ofrece servicios de búsqueda, selección y reclutamiento de personal

-ya sea para contrataciones permanentes, eventuales o por proyecto- para empresas de todas las dimensiones en todo el país.



Manpower Professional

Brinda soluciones de recursos humanos para necesidades de alta

exigencia de especialización. Ayuda a las empresas en la búsqueda y retención de los mejores empleados de ingeniería, finanzas, contaduría, tecnología de la información, ventas y marketing, recursos humanos y profesiones técnicas.



Right Management

Ofrece servicios integrales de consultoría para el desarrollo e implementación de soluciones de recursos humanos, alineando estrategias al plan de negocios del cliente.

1965 · 45 años · 2010

45 años

45 años de historia, reflejo de la experiencia y el conocimiento para encontrar, capacitar y retener talento.

Durante más de 60 años, forjamos una cultura corporativa de confianza, integridad y responsabilidad. *

* Párrafo extraído del Código de Conducta

En 2010 celebramos 45 años de trayectoria en el mercado argentino, vinculando a las personas con un empleo significativo y encontrando el talento adecuado que las compañías necesitan.

Durante todo el año, el 45° aniversario marcó nuestras comunicaciones y contactos con todos los grupos de interés de la compañía.

Lo festejamos a fin de año en un evento en el que, reafirmando nuestro compromiso con la promoción de la inclusión y la diversidad en el mercado laboral, reconocimos a nuestros “Socios en la Inclusión”, en el marco de nuestra iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”.

Nuestras especializaciones



Selección de personal permanente

Durante 2010, esta línea de negocios incrementó su facturación en 68% interanual y 39% en relación a la cantidad de búsquedas, gracias al trabajo de nuestros consultores profesionales dedicados a descubrir los mejores empleados para ocupar puestos de trabajo, en diferentes áreas y especializaciones a lo largo de todo el país.

Ofrecemos un proceso de selección por competencias enfocado en el perfil del puesto y cultura organizacional, entrevistas estructuradas e individuales, evaluación de idiomas, y detección de talentos mediante informes individuales; utilizando innovadoras herramientas tecnológicas para evaluar el potencial de las personas.

Un nuevo servicio: Manpower Business Solutions

Ofrece soluciones innovadoras de personal, diseñadas para:

- mejorar la calidad del reclutamiento y selección
- aumentar la productividad
- incrementar la eficiencia
- mitigar riesgos
- reducir costos

Cada solución parte de comprender la estrategia de negocios del cliente, traduciéndola en planes a medida que cubran oportunamente y de manera personalizada sus necesidades de recursos.

1. Dentro del ranking “El Olimpo de las Marcas”, basado en la encuesta anual que realiza Total Argentina Strategic para la Revista Mercado, donde fueron evaluadas 194 empresas de 28 categorías.

Manpower en números

En el marco de la coyuntura económica argentina donde el empleo no acompañó el crecimiento del Producto Bruto Interno, durante este año nuestras ventas se mantuvieron similares a los volúmenes registrados en 2009, incrementando casi un 25% en valores nominales. De esta forma, mejoramos la utilidad de la empresa y los ratios financieros exigidos por nuestra casa matriz.

Argentina / Cantidad de Sucursales



Representación Geográfica



Nivel Mundial

	2008	2009	2010
Cantidad de países donde opera	82	82	82
Cantidad de oficinas	4.200	4.000	3900



Nivel Local

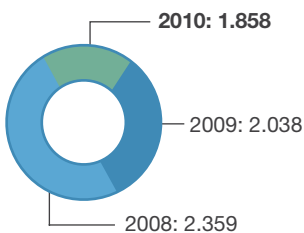
	2008	2009	2010
Cantidad de provincias donde está presente	22	22	22
Cantidad de sucursales	84	77	69

Resultados Financieros (en pesos)

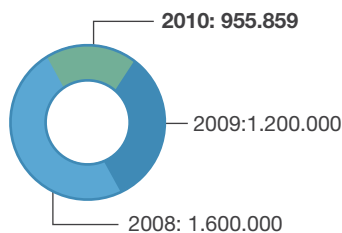
	2008	2009	2010
Activos	267.254.489	247.924.830	310.170.857
Ventas totales	810.676.393	764.070.271	952.324.004
Patrimonio Neto	111.555.239	115.099.830	133.566.850
Gastos de Administración y comerciales	88.682.984	91.689.037	111.273.717
Resultado Neto	8.656.552	3.567.092	18.467.020
Capital Social	62.183.772	62.283.235	61.287.735
Total impuestos pagados en Argentina	177.299.106	170.483.074	217.335.773

Clientes

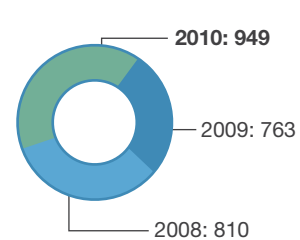
Número de Clientes



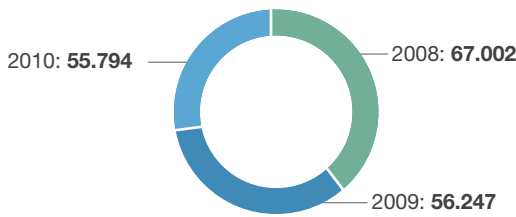
Gastos Publicidad



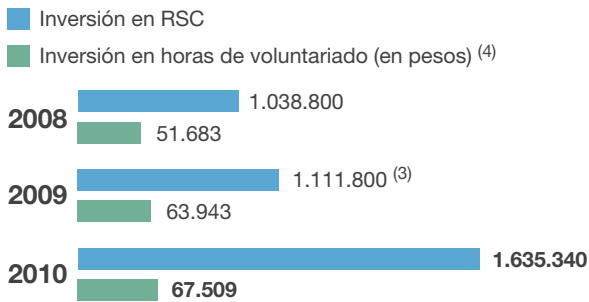
Ventas (en millones de pesos)



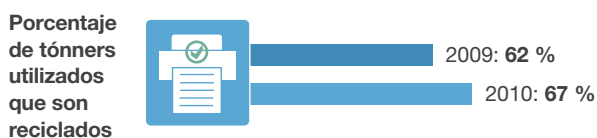
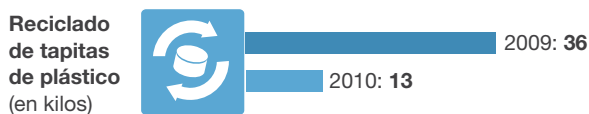
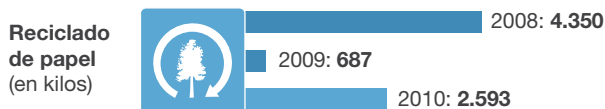
Cantidad de Asociados



Gestión de RSC ⁽²⁾



Medioambiente



Empleados

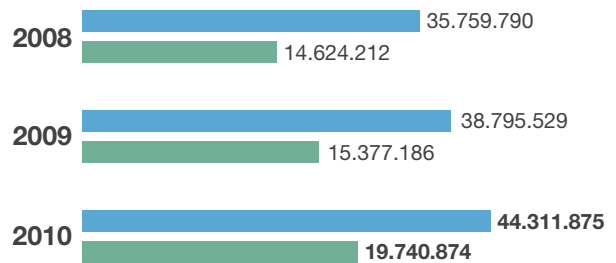
Número de Empleados



Personal capacitado

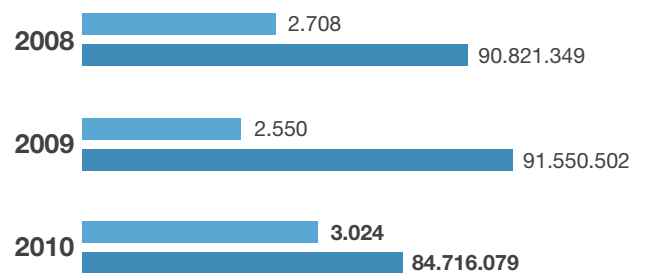


Sueldos (en pesos) ⁽¹⁾ Cargas Sociales (en pesos)



Proveedores

Cantidad de Proveedores Pago a Proveedores (en pesos)



1. En la presente tabla se muestran corregidos los datos vertidos en el Reporte social 2008 en lo referido a sueldos y cargas sociales 2008.

2. Presupuesto del Departamento de RS y AAPP incluidos los sueldos y cargas sociales de sus integrantes.

3. Se corrige el dato publicado en el Reporte 2009, correspondiente a previsión sobre inversión 2010

4. Se agruparon los voluntarios según sus puestos laborales en 5 categorías. Primero, se calculó el monto por categoría multiplicando el promedio de horas por voluntario, por la cantidad de voluntarios por categoría, por el valor promedio de la hora de trabajo de cada categoría. Sumando estos 5 valores por categoría, se obtiene el monto total en horas de voluntariado.

1.

Reflexiones sobre los desafíos de la sustentabilidad empresaria en nuestro negocio

Carta del Director General

En un contexto que aún sigue siendo desafiante para nuestro sector en la Argentina, 2010 fue para Manpower Argentina un año muy especial con logros y satisfacciones.

Cumplimos 45 años en el país ayudando a personas y empresas a comprender las tendencias del mercado laboral para alcanzar el éxito en los negocios, y lo celebramos junto a nuestros grupos de interés compartiendo con ellos nuestro compromiso con la promoción de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo.

Después de haber recorrido un largo camino en el cual realizamos nuestro decidido aporte para colaborar con la empleabilidad de los argentinos, hoy estamos presentes en todo el país, dando empleo a más de 65.000 personas por año en posiciones permanentes, eventuales o por proyecto.

En 2010 nos focalizamos en afianzar el diálogo para conocer de cerca las necesidades de nuestros más de 1.850 clientes, poder anticiparnos a los cambios que se vislumbran y ayudarlos a resolver los nuevos desafíos que se presentan en el mundo del trabajo.

Seguimos acompañando a nuestros candidatos y asociados en sus carreras profesionales, para que puedan responder a los requerimientos del mercado laboral. A partir del programa “Experiencia del Candidato”, capacitamos a nuestros empleados y acondicionamos las sucursales para atender de forma más confortable a quienes se acercan a nuestras oficinas.

Continuamos transmitiendo a nuestra cadena de valor la importancia de la responsabilidad y la ética en los negocios, invitando a nuestros proveedores a adherir a los principios de nuestro código de conducta. A su vez, hemos organizado encuentros de diálogo presenciales con el fin de escuchar sus expectativas y capacitaciones en sustentabilidad, para brindarles herramientas que les permitan gestionar responsablemente sus negocios.

Por otra parte, el valor que tiene para Manpower el respeto y consideración por el medioambiente, fue profundizado a partir del inicio de la sistematización de indicadores ambientales y de la medición de las emisiones de CO2. Sabemos que tenemos un gran camino por recorrer en este aspecto y por eso año a año nos seguiremos esforzando por mejorar nuestra gestión ambiental.

Todas estas acciones se sustentan en el invaluable aporte de nuestros más de 730 colaboradores a quienes buscamos apoyar en su crecimiento profesional y personal. En este marco, avanzamos en la implementación del Plan Integral de Conciliación “Manpower con Vos. Equilibrando tu Vida” en pos del equilibrio entre la vida familiar y laboral de nuestros empleados. También llevamos adelante el Programa de Liderazgo que da a nuestros mandos herramientas para desempeñar su rol como conductores de equipos, alineados a las estrategias corporativas.

Con esta breve introducción, los invito a recorrer este **Reporte de Sustentabilidad 2010**, reflexionando sobre nuestros valores y atributos corporativos y sobre el impacto que generamos en la vida de las personas y las comunidades en las que operamos. Sus opiniones y sugerencias sobre esta publicación y sobre nuestra gestión nos ayudarán a seguir creciendo como organización y como personas.

Mis más sinceros saludos a todos,



Alfredo Fagalde
Director General

Carta de la Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos

Sin duda, que nuestros colegas a cargo de la gestión de la RSE en las empresas que hoy reportan en Argentina nos hayan distinguido en 2010 con la elección del nuestro como el **Mejor Reporte de Responsabilidad Social** ⁽¹⁾, nos llena de satisfacción. Habitualmente, en cualquier ámbito de actuación, los pares son los más difíciles jueces de nuestro desempeño.

Los reconocimientos suponen, además, una enorme cuota de responsabilidad. De cara a este quinto proceso que refleja la gestión del año de nuestro 45° aniversario en Argentina, se nos plantearon entonces una serie de reflexiones que determinaron el cambio de título para esta publicación: **Reporte de Sustentabilidad** en lugar de Reporte de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Nuestros avances en términos de definición e implementación de una estrategia en este sentido, se fueron dando verdaderamente de forma gradual, sin prisa pero sin pausa, en forma constante durante ocho años. Esto nos ha permitido avanzar en un enfoque de integralidad y transversalidad, que todavía estamos transitando, para adquirir mayor madurez en la gestión.

En los primeros cuatro años a partir de 2003, sentamos las bases del equipo de RSC, identificamos los talentos internos, avanzamos en capacitación inicial, desarrollamos cultura de voluntariado y pusimos en marcha nuestros primeros programas corporativos en alianza.

A partir de 2007 dimos un salto cualitativo en nuestra evolución hacia un mayor grado de madurez, signado por los diálogos con grupos de interés y por la medición y rendición de cuentas, iniciando nuestro primer proceso de Reporte.

El año 2008 se constituyó en un hito al asumir, además, la gestión de los Asuntos Públicos y conformarse en la organización el Comité de Dirección que esta gerencia integra desde entonces, produciéndose un avance en capacidad de incidencia y un salto en términos de Gobierno Corporativo.

Referentes de nuestros distintos grupos de interés reconocen esta evolución y el camino de aprendizaje que, con logros y dificultades, hemos recorrido con satisfacción. Como actor público con un compromiso activo con su entorno, nuestra organización sigue buscando mejorar su capacidad de contar su historia de la mejor manera, relacionando nuestra actuación de forma transparente con la contribución al desarrollo sostenible de la sociedad que integramos.

La sustentabilidad no se limita al logro de un equilibrio aceptable entre balance económico, social y ambiental. Hace a la tarea fundamental y de largo plazo de ir eliminando los aspectos disfuncionales de los actuales modelos de negocio y, sobre todo, hace a una agenda de cambio transformador a la que tenemos que animarnos.

Las nuevas tecnologías, los medios de comunicación y las redes sociales ya nos interpelan a mayor transparencia, apertura y diálogo. Sabemos que no se conseguirá la sostenibilidad sin nuevas formas de rendición de cuentas de mayor amplitud y profundidad.



En Manpower aspiramos a desarrollar nuestro máximo potencial como empresa en la sociedad en la que estamos inmersos. Buscamos permanentemente la oportunidad de aprovechar nuestros recursos y capacidades para añadir una dimensión ética, social y ambiental a nuestra propuesta de valor como parte integral de nuestra estrategia corporativa. Por eso titulamos nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad: **“Creando valor social compartido desde la gestión de los Recursos Humanos”**. Desde lo que sabemos hacer, junto a nuestros grupos de interés y para todos.

Esperamos encuentren esta publicación de su interés y los aliente a colaborar con nosotros a hacer de Manpower una mejor organización para todos sus públicos.

María Amelia Videla
Gerente de Responsabilidad Social
y Asuntos Públicos

1. “Reportes de RSE en Argentina. Lecciones y Aprendizajes”. ComunicaRSE, 2010. Sobre una investigación realizada entre 40 representantes de áreas de RSE de empresas argentinas, el Reporte de Manpower quedó posicionado en el puesto N°1.

2.

Acerca de este reporte



Encuentro de diálogo con los grupos de interés acerca del Reporte de RSC 2009 realizado en octubre de 2010

Proceso de elaboración del reporte

La información del Reporte fue relevada por un Grupo Operativo compuesto por representantes de todas las áreas de la empresa, quienes además de recolectar la información del año, realizaron un ejercicio de detección de oportunidades de mejora en materia de sustentabilidad para sus operaciones y plantearon junto a sus Directores desafíos para 2011 con los grupos de interés con los cuales cada uno se relaciona de manera directa. A su vez, los datos que contiene esta publicación fueron revisados por el Comité de Dirección quien tiene una participación activa en este proceso.

Lineamientos internacionales

Este Reporte de Sustentabilidad 2010 fue elaborado siguiendo los principios e indicadores propuestos por la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI – Global Reporting Initiative), adaptando estos lineamientos a la realidad de Manpower Argentina y su contexto local. Este Reporte alcanzó un nivel de aplicación “B”.

A su vez, damos a conocer a través de esta publicación nuestra Comunicación sobre el Progreso 2010 del Pacto Mundial de Naciones Unidas. A partir del documento “Estableciendo la Conexión”, que relaciona los 10 Principios del Pacto Mundial con los indicadores GRI, damos a conocer nuestro cumplimiento a cada uno de estos principios sobre derechos humanos, laborales, medioambientales y anticorrupción.

Asimismo comenzamos a adoptar la ISO 26000 como documento de referencia. Nuestra organización venía efectuando un seguimiento sostenido de los avances y definiciones del proceso de elaboración, por medio de la participación activa en cámaras y asociaciones empresarias, y por relación directa con expertos nominados por diferentes grupos involucrados en dicho proceso.

Selección de contenidos clave para Manpower

En este documento presentamos nuestras prácticas económicas, sociales y ambientales realizadas con cada uno de nuestros grupos de interés – empleados, candidatos y asociados, clientes, proveedores, comunidad, medioambiente y sector público – durante el año 2010, comunicando también el desempeño de años anteriores a los efectos comparativos.

Los contenidos del Reporte fueron seleccionados a partir de un ejercicio realizado con el Comité de Dirección, el Grupo Operativo y, los grupos de interés de Manpower, donde cada uno ordenó por importancia 11 temas clave para la compañía.

De esta forma buscamos alinearlos al principio de materialidad de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y la Serie AA1000 de AccountAbility: los contenidos a incluir en el Reporte de Sustentabilidad deben reflejar no sólo lo que a la empresa le interesa comunicar, sino también los temas que nuestros públicos clave quieren conocer acerca de nuestro desempeño en esta materia.

A diferencia de años anteriores donde los temas clave eran seleccionados por Manpower, en esta oportunidad los 11 temas a priorizar fueron elegidos por consenso por los grupos de interés invitados al diálogo cara a cara realizado en octubre de 2010.

Luego de realizar las consultas a los respectivos grupos internos y externos, realizamos un cruce entre las opiniones de los grupos de interés y la opinión corporativa de Manpower. Como conclusión general, podemos decir que los grupos de interés y la empresa están alineados en cuanto a la importancia de los temas a tratar en nuestra gestión de sustentabilidad. A su vez, cabe destacar que el tema más importante ubicado en el cuadrante de mayor relevancia fue el de “Derechos Humanos y Laborales en la cadena de valor”, seguido de: “Compromiso por las personas”, “Incidencia en las políticas públicas”, “Estrategia de RRHH enfocada en la sustentabilidad” y la “Inserción de grupos vulnerables en el mercado laboral”.

Diálogos con los grupos de interés: reflexiones

Luego de tres años realizando diálogos con nuestros públicos clave con la metodología de consultas cara a cara de acuerdo al estándar de relación con grupos de interés AA1000SES ⁽¹⁾, que forma parte de la Serie AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical Accountability, UK); este año decidimos realizar un análisis de los resultados agregados y de las mejoras que fuimos realizando a nuestros Reportes en base a las expectativas de los públicos clave invitados.

En estos años realizamos 9 diálogos con la participación de 114 personas representantes de los siguientes grupos de interés: medios de comunicación, organizaciones aliadas, empleados, clientes, proveedores, sector académico, gobierno, cámaras y referentes de la Sustentabilidad y RSC en la Argentina.

Los temas que más surgieron en los diálogos y que dimos respuesta en nuestro ejercicio de rendición de cuentas fueron:

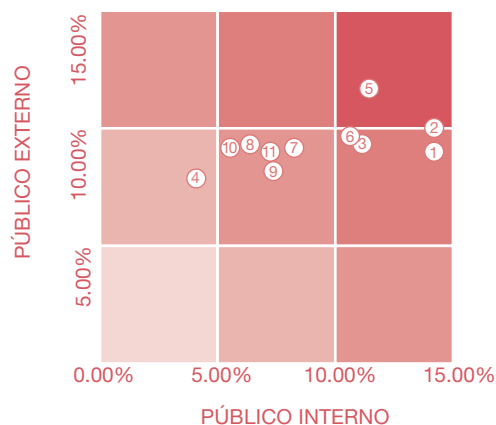
- La incorporación del grupo de interés “Asociados” separado del de “Clientes”.
- La publicación de resultados negativos.
- Los testimonios de los protagonistas y empleados de la empresa.
- La mejora en la edición de la tabla GRI para un mejor entendimiento de los indicadores respondidos y los que se relacionan con los principios del Pacto Mundial.
- La publicación de una mayor cantidad de información financiera.
- La presentación de los programas de Responsabilidad Social de una forma más clara para el lector.
- La extensión del Reporte.

A su vez, otros temas que los grupos de interés manifestaron como expectativas que aún no hemos cumplido son:

- La realización de un resumen.
- La presentación de la información del Reporte en un microsite online dentro del sitio Web de Manpower.
- La verificación externa.

Con respecto a estos temas, este año comenzaremos a publicar un resumen del Reporte en forma de cuatríptico. Por su parte, el microsite y la verificación externa siguen siendo tema de análisis interno.

ANÁLISIS DE TEMAS CLAVE PARA MANPOWER



1. Programas de Responsabilidad Social Corporativa
2. Compromiso con las personas
3. Inserción de grupos vulnerables en el mercado laboral (género, personas con discapacidad, comunidades aborígenes)
4. Huella de carbono
5. Derechos Humanos y laborales en la cadena de valor
6. Estrategia de Recursos Humanos vinculada a temas de sustentabilidad
7. Gobierno Corporativo
8. Incidencia en políticas públicas sobre el mercado laboral
9. Voluntariado Corporativo
10. Concientización ambiental en comunidades donde opera Manpower
11. Relacionamiento con sindicatos, vinculado a empleados y asociados

1. Para más información sobre AA1000SES: <http://www.accountability.org/aa1000ses>

3.

Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio



Comité de Dirección de Manpower Argentina: (de izq. a der.) Fernando Podestá (Director Regional Sur), Marcelo Roitman (Director de Administración y Finanzas), Luis Guastini (Gerente de Asuntos Legales), María Amelia Videla (Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos), Alfredo Fagalde (Director General), Alicia Gjomi (Directora Regional Capital), Eduardo March (Subdirector General y Director de Marketing), Magdalena Caviglia (Gerente de Recursos Humanos), Cecilia Bologna (Gerente de Operaciones), Martín Poncio (Director Regional Norte), Norberto Olmedo (Director Regional GBA-NE)

Nuestra cultura y el ADN de nuestra compañía están configurados para hacer el bien y hacerlo bien, para permitir el éxito de nuestros accionistas y para ser responsables ante todas las partes interesadas.

* Párrafo extraído del Código de Conducta

Responsabilidad en la toma de decisiones

El máximo órgano de gobierno en Manpower Argentina es el Comité de Dirección. Está integrado por la Dirección General, la Sub-dirección General y Dirección de Marketing, las cuatro Direcciones Regionales, la Dirección de Administración y Finanzas, y las Gerencias de Recursos Humanos, Operaciones, Asuntos Legales, y Responsabilidad Social y Asuntos Públicos.

Los miembros del Comité se reúnen mensualmente para abordar las cuestiones estratégicas de la empresa, a nivel corporativo y de cada Dirección, e intercambiar opiniones y experiencias. Este Comité es, a su vez, el Comité de Responsabilidad Social Corporativa, asumiendo el tratamiento de la gestión responsable del negocio, y el impacto social y ambiental dentro de sus operaciones.

El Comité participa activamente del proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad. Además, se informa permanentemente sobre las actividades y programas relacionados con la gestión económica, social y ambiental de la compañía, que se desarrollan en cada una de las Direcciones y Gerencias; las instancias de diálogo que Manpower mantiene con sus grupos de interés; y las principales tendencias nacionales e internacionales en RSC y sustentabilidad y su estado en la Argentina.

Algunos de los temas tratados en las reuniones de Comité de RSC durante 2010 fueron: presentación y resultado del proceso de Reporte en Manpower, oportunidades de mejora, desafíos y plan año 2010; proceso de diálogo con grupos de interés; inclusión y diversidad; resultados de encuesta de clima interno y planes de acción; encuesta de satisfacción de nuestros asociados y calidad de la relación con nuestros candidatos; y seguimiento del Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar de la compañía, entre otros.

Los representantes del Comité de Dirección cuentan con experiencia en temas de sustentabilidad y participan en diferentes espacios vinculados a la temática. Por ejemplo, cuatro de los integrantes del Comité de Dirección forman parte del Comité de Conciliación. También, en el marco de nuestro programa "Huella Solidaria", un miembro del Comité viajó como voluntario a Santiago del Estero y compartió dos días de intercambio junto a nuestros trabajadores rurales y sus familias. Además, algunos de sus integrantes son también voluntarios en los talleres de formación laboral y participan de eventos y foros externos sobre RSE.

Durante 2010 el Comité de Dirección recibió una capacitación sobre Sustentabilidad, tendencias y proceso de Reporte; y otra sobre el modelo de Empresa Familiarmente Responsable.

Evaluación de desempeño en RSC del Comité de Dirección

El Plan Estratégico de Manpower Argentina que guía nuestras operaciones, es definido con un alcance temporal de 3 años (con horizonte en etapas a 2015) e incluye, entre otros temas, quince objetivos correspondientes a RSC, con indicadores de cumplimiento y métricas anuales. Este Plan alcanza a todas las Direcciones y Gerencias de la compañía. De esta forma, la gestión de cada uno de los miembros del Comité de Dirección es evaluada también en términos de sustentabilidad. Nuestra casa matriz evalúa periódicamente tanto el estado de cumplimiento como la evolución de cada una de las metas planificadas. De esta forma, la alta Dirección de la empresa no sólo asume el compromiso de trabajar por una gestión responsable del negocio, sino que debe rendir cuentas internas de su desempeño anual en el tema. En 2010, catorce de los quince objetivos planteados fueron logrados.

Programa de Desarrollo de Líderes

Dentro del Programa de Desarrollo de Líderes, el Comité de Dirección es un eje fundamental de trabajo. En este sentido, durante el año 2010 cada uno de sus miembros participó de un chequeo de competencias definidas y establecidas en nuestro modelo corporativo.

El objetivo de este proceso fue encontrar las fortalezas y áreas de trabajo para cada uno. Adicionalmente, se realizaron encuestas a los colaboradores de cada equipo para conocer sus expectativas sobre las acciones de sus líderes. Con toda esta información cada integrante del Comité de Dirección comenzó a participar junto a un coach externo en reuniones de acompañamiento que sirven como disparadores del plan de acción en este proceso de desarrollo.

Remuneración del Gobierno Corporativo

La remuneración del Comité de Dirección está compuesta por una parte fija mensual y otra parte variable anual que está relacionada, por un lado, a los objetivos económico-financieros de la compañía y, por otro lado, a los objetivos de desempeño previstos en el Plan Estratégico dentro de los cuales se encuentran objetivos de RSC.

Diálogo entre los empleados y el Comité de Dirección

Contamos con diversos canales de comunicación y acceso a los miembros del Comité de Dirección para que nuestros empleados se sientan cerca de los altos mandos de la empresa. Entre ellos: 1- la Encuesta de Clima Organizacional permite enviar recomendaciones, opiniones y sugerencias, sobre el desempeño y comportamiento del Comité de Dirección; 2- A través de la “Línea Ética” los empleados pueden manifestar sus preocupaciones y/o denuncias. El referente del Código de Conducta y Ética empresarial en Argentina es nuestro Director General, Alfredo Fagalde; 3- En el almuerzo aniversario de ingreso a la compañía, los empleados pueden sostener intercambios cercanos con el Director General y 2 representantes del Comité de Dirección.

Durante 2010 nuestros cuatro Directores Regionales, formalizaron su comunicación con todos los integrantes de sus respectivas Direcciones vía correo electrónico y realizaron visitas a las sucursales, para compartir las expectativas del año, y balances de la gestión. En este marco, 100 colaboradores de la Dirección Regional GBA-NE participaron de desayunos con el Director. Además, se organizaron encuentros con el Subdirector General y Director de Marketing a los que asistieron 125 colaboradores de Casa Central. En la Dirección Regional Capital se realizaron reuniones grupales en las sucursales con el objetivo de reforzar los lazos existentes entre los integrantes de la región y su Directora. Participaron 80 empleados. Por otra parte, y con el fin de mejorar la comunicación, el trabajo en equipo y la integración, se realizaron reuniones regionales donde participaron los 100 colaboradores de la Dirección Capital y los 130 de la Dirección Norte.

Por su parte, el Director General estableció comunicaciones periódicas por videos y correo electrónico con todos los empleados de la compañía. Algunos de los temas abarcados fueron: desafíos del año, evolución del negocio, resultados de la Encuesta de Clima y planes de acción.



Reunión Regional Norte



Desayuno con nuevos colaboradores de la Región Capital

Gestión de Riesgos

Al desarrollar nuestras acciones buscamos siempre hacerlo conforme a nuestros valores corporativos y actuar con responsabilidad ante nuestros grupos de interés. Es así como trabajamos por gestionar los riesgos en la planificación y estrategia del negocio, para prevenir posibles situaciones que provoquen un impacto negativo en las personas, empresas u organizaciones con las cuales trabajamos.

Diálogo con los grupos de interés

El ejercicio de dialogar con nuestros públicos clave es un eje fundamental en el desarrollo de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. Tenemos contacto permanente con los actores a los cuales influimos con nuestras operaciones, de manera de conocer sus necesidades, sugerencias y opiniones sobre el desempeño de la empresa y así poder juntos construir valor en pos del desarrollo social.

Este año, además de nuestros canales bidireccionales como son la Encuesta de Clima Laboral, las entrevistas a protagonistas de los programas de Responsabilidad Social y encuestas de satisfacción del cliente, realizamos dos diálogos presenciales bajo los lineamientos del estándar AA1000SES ⁽¹⁾: uno con empleados, clientes, prensa especializada y organizaciones aliadas en el marco del proceso de elaboración de este Reporte; y otro con proveedores en Santiago del Estero, para conversar y conocer su visión sobre la gestión y la relación de Manpower con ese grupo de interés.

Intercambio con los MBA del IAE Business School

Nuestro Director General participó en noviembre de 2010 de una clase del MBA del IAE Business School en la que se trabajó con el “Caso Manpower”, elegido por la casa de estudios como buena práctica de Management y desarrollo de estrategia de RSC. Luego del debate entre los alumnos acerca del caso, Alfredo Fagalde brindó su testimonio de cómo se fue configurando el Departamento y la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de Manpower en Argentina.

Gestión de riesgos contractuales

En 2010 implementamos y comunicamos la Política de Formalización de Relaciones Comerciales, que tiene por objetivo que los negocios que realiza Manpower cuenten con un marco regulado en donde ambas partes establezcan sus derechos y obligaciones respecto del servicio. De esta manera, prevenimos posibles situaciones críticas al evaluar riesgos contractuales de los servicios que proveemos a nuestros clientes, como los vinculados a su responsabilidad laboral, riesgos de cobrabilidad, rescisión, etc.

Durante este año realizamos una prueba piloto de la implementación de esta herramienta sobre parte de los negocios prestados por una de las empresas del grupo. La prueba concluyó con un reporte elevado a la Dirección General de Manpower dando cuenta del nivel de riesgo de dichos negocios, en donde se propuso la renegocia-

ción de algunas condiciones de los servicios con el fin de minimizar la exposición al riesgo actual.

Gestión de riesgos para la administración de conflictos laborales

Como parte del valor agregado dentro de los servicios de recursos humanos que brindamos a nuestros clientes se encuentra contemplada la “seguridad jurídica”, bajo la cual nuestra organización absorbe las contingencias jurídicas provenientes de reclamos laborales que pudieran llegar a ocurrirle a nuestras empresas cliente. En este marco, trabajamos en la gestión de riesgos laborales desde el inicio de la relación con los asociados. Una de las herramientas clave en este aspecto es la metodología propiciada por la “Experiencia del Candidato”, en donde los candidatos nos reconocen como un asesor laboral confiable y manteniendo un vínculo estrecho que minimiza al máximo cualquier tipo de conflicto.

Dada la coyuntura argentina en esta materia, donde los niveles de conflictividad laboral son cada vez más altos, implementamos indicadores de gestión de riesgos para conocer, evaluar y resolver posibles situaciones conflictivas. Estos son: el “nivel de conflictividad” (cantidad de conflictos con relación a la cantidad de empleados de la compañía), el “nivel de judicialidad” (cantidad de conflictos que pueden terminar en una instancia de reclamo judicial) y “nivel de efectividad en acuerdos prejudiciales” (cantidad de acuerdos cerrados en instancia prejudicial sobre cantidad de reclamos prejudiciales ante el Ministerio de Trabajo). Cuando es posible, comparamos nuestros propios indicadores con los de mercado en la medida en que dichas mediciones se correspondan con datos oficiales. El nivel de efectividad reportado por el Servicio de Conciliación Laboral Obligatoria (SECLO) del Ministerio de Trabajo durante 2010 (que sirve de comparación para el indicador de Manpower) alcanzó el 35,83%, mientras que nuestra organización logró durante 2010 un nivel de efectividad del 69,57%.

A su vez, durante el año se verificó un incremento sostenido de los reclamos por accidentes de trabajo, cuya resolución depende de una instancia de revisión técnica que se realiza en el proceso judicial (pericial médica), lo que dificulta el cierre en la instancia prejudicial.

Transparencia en la gestión

Código de Conducta y Ética Empresarial

Contamos con un Código de Conducta y Ética Empresarial desde 2003 que nos rige y orienta para que todos los que trabajamos en Manpower desarrollemos nuestras

1. Para más información sobre AA1000SES: <http://www.accountability.org/aa1000ses>

funciones con integridad y respetando los valores de la empresa. Dentro del mismo, se establecen criterios para evitar situaciones de conflicto de interés y así impedir cualquier relación o actividad que llegue a comprometer la toma de decisiones.

Como todos los años, cada uno de los empleados realizó una capacitación obligatoria online, donde se repasan los contenidos del Código haciendo foco en la importancia de su cumplimiento y conocimiento para la realización de las acciones cotidianas.

A su vez, contamos con un Comité de Ética, conformado por la Dirección General, Gerencia de Operaciones, Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia de Asuntos Legales, y Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos. Éste vela por el cumplimiento del Código, evaluando todas las denuncias que llegan por parte de los empleados a través de un correo electrónico creado para esta causa, o por teléfono a nuestra Línea de Ética, o presentándose directamente ante el Comité. En todos los casos Manpower se compromete a respetar la confidencialidad de la identidad de cualquier empleado que informe un incumplimiento al Código. En 2010, recibimos dos denuncias mediante esta línea.

En Manpower todos tenemos la responsabilidad de mantener los altos estándares de la conducta corporativa que definen a nuestra compañía.

Principios del Código de Conducta

- Obedecer la ley.
- Seguir las políticas y procedimientos internos.
- Tratar a la gente de una manera respetuosa y justa.
- Cuidar la seguridad y salud de los empleados.
- Negociar con clientes y proveedores de una manera justa y honesta.
- Evitar cualquier relación o actividad que llegue a comprometer al empleado en la toma de decisiones.
- Jamás influir en decisiones oficiales mediante alguna conducta inadecuada.
- Siempre competir de manera justa.
- Cuidar los activos de Manpower.
- Proteger las licencias, marcas comerciales y propiedad intelectual de otras compañías.
- Proteger los sistemas de cómputo y telecomunicaciones.
- Informar ante cualquier conducta inapropiada.

Lanzamiento de la Política de Reporte de Fraudes

Este año creamos una Política de Reporte de Fraudes que aplica a nuestro personal interno y a nuestros asociados. Este documento se encuentra disponible en la Intranet y cuenta con canales de denuncias para reportar casos de fraude dentro de la empresa, y así prevenir y tratar adecuadamente las cuestiones relativas a este tipo de acciones. A su vez, contamos con líneas directas a nuestra casa matriz en Estados Unidos para casos que el empleado considere suficientemente graves.

Capacitaciones sobre políticas y procedimientos anti-corrupción

Año a año se lleva a cabo el curso “Soborno y corrupción Internacional: llamado a la concientización” que brinda orientación sobre tres convenciones internacionales contra el soborno:

- Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) - Ley sobre prácticas corruptas en el extranjero.
- European Union Convention on the Fight Against Corruption (EU Convention) – Convención de la UE sobre la lucha contra la corrupción.
- Organization for the Economic Cooperation and Development Convention (OECD Convention) – Convención de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

A su vez, en todas las operaciones de Manpower en el mundo, realizamos la “Certificación sobre la Ley de prácticas corruptas en el extranjero (FCPA)” para los empleados que se relacionan con el Gobierno.

Protección de datos

- **Nuestro respeto por las personas también significa que respetamos y protegemos la información sobre nuestros empleados, asociados, clientes, proveedores, candidatos, socios comerciales y otros individuos.**

** Información del código de conducta.*

Contamos con una “Política de Privacidad de Datos” que vela por la información personal que manejamos de nuestros grupos de interés. Este documento es firmado por todos los candidatos, asociados y empleados de la compañía, y por los clientes y proveedores al formalizar las relaciones comerciales.

En 2010, en cumplimiento con la normativa vigente, actualizamos todos los registros de bases de datos ante el Registro Nacional de Bases de Datos, dependiente de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

La Responsabilidad Social Corporativa como eje en nuestra gestión

Para nuestra organización la RSC constituye un modo de gestión del negocio y en este sentido, focalizarnos en la contribución al desarrollo sostenible, nos permite entender más cabalmente el rol de nuestra compañía, su contexto y sus impactos, identificar aquellas cuestiones que son fundamentales para nuestra actividad y establecer una estrategia, para finalmente desarrollar las actividades a la luz de esa comprensión.

Las prioridades de Manpower para la Responsabilidad Social Corporativa están alineadas con nuestras prioridades de negocio y con las de nuestros grupos de interés en virtud de las siguientes líneas de acción:

- Proveer soluciones innovadoras para la fuerza laboral a fin de ayudar a nuestros clientes a operar más efectiva y éticamente.
- Conectar a las personas con la dignidad del trabajo.
- Preservar el medioambiente y aspirar a ser buenos administradores de recursos y líderes de pensamiento en el mundo del trabajo contemporáneo.
- Ayudar a construir comunidades más sustentables y dinámicas.

Nuestra posición y compromiso: la responsabilidad de respetar los Derechos Humanos

Manpower defiende...

La dignidad del trabajo, las oportunidades de empleo para todos, las prácticas empresariales éticas y eficaces, un medio ambiente sostenible y comunidades locales exitosas. Brindamos oportunidades de trabajo y ayudamos a los clientes a lograr el éxito. Cuando corresponde, aprovechamos nuestras competencias centrales en colaboración con gobiernos, emprendimientos y organizaciones no gubernamentales, con el fin de ayudar a proporcionar trabajos y capacitación laboral para grupos vulnerables.

Manpower rechaza...

Las prácticas de empleo que explotan a las personas y que limitan sus oportunidades de disfrutar plenamente de la dignidad del trabajo, especialmente en el caso de los individuos más vulnerables de la sociedad. Hasta que llegue el momento en que podamos ayudar a tender un puente hacia el empleo para los individuos afectados, creamos conciencia sobre: explotación de individuos en desventaja, trata de personas, trabajo forzoso, trabajo infantil, salarios por debajo de la ley y condiciones poco seguras de trabajo.

* Información del código de conducta.

En ocasión del 60º aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos, nuestro CEO mundial, Jeff Joerres, firmó junto a 268 líderes empresariales de todo el mundo, una declaración de apoyo y compromiso con los derechos humanos dentro de nuestra esfera de influencia.

Pilares de acción en Responsabilidad Social Corporativa

Gobierno Corporativo	Social	Medioambiente
<p>Buscamos ser un buen ciudadano corporativo:</p> <p>Somos una organización basada en una misión con valores compartidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gente • Innovación • Conocimiento <p>Demostramos prácticas de negocio responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Éticas • Efectivas • Rentables <p>Proveemos liderazgo con intención y ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno corporativo • Inclusión • Transparencia <p>Evaluamos y administramos el riesgo responsablemente</p>	<p>Nos importan las personas y el rol que el trabajo tiene en sus vidas:</p> <p>Lideramos el desarrollo de la fuerza laboral con un especial foco en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupos en desventaja: Jóvenes, mujeres, personas con discapacidad, adultos mayores y desempleados por largo tiempo. • Personas inmigrantes, refugiadas y víctimas de trata de personas. • Víctimas de desastres naturales: promoviendo su recuperación a través del trabajo. <p>Promovemos el desarrollo del:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voluntariado corporativo y su capacitación. 	<p>Un medio ambiente sustentable provee mayores oportunidades en el mundo del trabajo:</p> <p>Como administradores de recursos naturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñamos mejores prácticas bajo el principio de: reducción, reutilización, reciclado. • Nos anticipamos y respondemos a los roles/habilidades que el mercado laboral requerirá para la gestión ambiental.

Promoción de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo

“Diversidad, en pocas palabras, se trata de energía. Hay un clima laboral diferente cuando hay gente joven y gente mayor, hombres y mujeres, personas con discapacidad; trabajando todos juntos, en un mismo ámbito. Y nosotros en Manpower creemos profundamente en el poder movilizador de esa energía.”

Jeff Joerres – CEO Manpower Inc.

Nos interesamos en desarrollar un mercado laboral diverso y abarcativo que refleje a la población como un todo, impulsando la cohesión social a través de la inclusión de grupos en desventaja.

Alentamos a nuestros clientes a tomar un compromiso activo con la práctica de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo. Desarrollamos 7 programas de Responsabilidad Social, en alianza con diversos actores:

- Oportunidades para todos
- Juntos por los jóvenes
- Sin fronteras
- La mujer en la empresa contemporánea
- Mayores Talentos. Valorando la experiencia
- Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales
- Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo



Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

“Construyendo Puentes” es una iniciativa de negocios inclusivos que lanzamos en 2008 a partir del diálogo con diferentes grupos de interés que planteaban la necesidad

de desarrollar prácticas responsables en pos de la inserción de sectores vulnerables en el mercado laboral formal.

Buscamos promover oportunidades concretas de empleo para los participantes de nuestros programas de responsabilidad social: personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, mujeres que buscan reinserirse en el mercado laboral, personas refugiadas y mayores de 45 años desempleados.

Ver descripción de los programas participantes en el capítulo 5 del Reporte.

En este marco, invitamos a empresas cliente a seleccionar candidatos comprometiéndose activamente en la promoción de la inclusión y la diversidad en su empresa, dando una oportunidad a personas en desventaja que en procesos habituales no suelen ser consideradas.

Por tercer año consecutivo compartimos nuestro compromiso con la promoción de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo distinguiendo a nuestros “Socios en la Inclusión”: empresas cliente, sucursales y empleados de Manpower que se han comprometido con la iniciativa. Participaron de este encuentro más de 200 personas, entre funcionarios de gobierno, organismos internacionales, directivos de empresas, líderes de organizaciones de la sociedad civil y gran parte de nuestros empleados.



Empleados y sucursales de Manpower distinguidas como “Socios en la Inclusión”

Este año reconocimos a 32 empresas cliente de todo el país y 12 sucursales y empleados de Manpower como “Socios en la Inclusión” por brindar oportunidades laborales a 21 personas refugiadas, 62 personas con discapacidad y 14 jóvenes de bajos recursos participantes de nuestros programas de Responsabilidad Social.



Entrega de reconocimientos a las empresas cliente Unilever de Argentina (arriba) y Cepas Argentinas (abajo) por el compromiso y logro de oportunidades laborales para participantes de nuestros programas de RSC.

Rechazo a las prácticas de empleo abusivas

Generamos conciencia y rechazamos prácticas abusivas de empleo.

A través de nuestra participación activa en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, a instancias del Ministerio de Trabajo de la Nación, canalizamos nuestra gestión de recursos humanos, económicos e institucionales para la prevención y erradicación del trabajo infantil.

En 2010 participamos como disertantes referentes de empresas argentinas en el III Encuentro Internacional Contra el Trabajo Infantil – en Bogotá, Colombia, organizado por Fundación Telefónica. El Encuentro, apoya-

do por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por UNICEF y por la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación) contó con la asistencia de más de 1.000 personas provenientes de España y América Latina del sector empresario, de áreas de gobiernos nacionales, prensa, academia y sociedad civil.

En lo que respecta a nuestra gestión de negocios, a partir de nuestro programa “Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales” nos comprometemos a la concientización para la erradicación del trabajo infantil agrícola, y a la mejora en la calidad de vida del empleado rural y su familia a través de acciones de formación sanitaria y seguridad e higiene, con el objetivo de prevenir accidentes y/o enfermedades propias de las zonas rurales.



El 12 de junio, con motivo del Día Internacional de la lucha contra el trabajo infantil, participamos activamente de la campaña “Tarjeta roja al trabajo infantil” desarrollada por la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI). Distribuimos 7.400 fixtures del Mundial de Fútbol con el slogan de esa campaña a todos nuestros empleados y asociados, y a las comunidades rurales de Santiago del Estero y Mendoza donde desarrollamos las acciones del programa Huella Solidaria.

Espacios de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

Durante 2010 participamos en 27 encuentros organizados por Cámaras, Universidades y otras organizaciones, donde difundimos, concientizamos y capacitamos sobre la importancia de la gestión responsable del negocio.

Comprometidos con el valor de las alianzas en el impacto que genera la RSC en la sociedad, seguimos participando activamente y adhiriendo a las siguientes organizaciones, redes e instituciones:

- Pacto Global de Naciones Unidas
- Club de Empresas Comprometidas
- Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil
- Club IFREI (Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School)
- CEADS - Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible.
- ADRHA - Asociación de Recursos Humanos de la Argentina
- AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina
- IDEA - Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina
- IARSE - Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, con sede en Córdoba
- VALOS, con sede en Mendoza

A partir de abril de 2010, Manpower Argentina ingresó al cuerpo de gobierno del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) con la representación de nuestro Director General como vocal.

Programa “Aliados en Educación y Trabajo”

Realizamos convenios con universidades y escuelas técnicas con el fin de compartir nuestro conocimiento sobre el mundo del trabajo contemporáneo, asumiendo un compromiso activo con las nuevas generaciones. Desde 2006 formalizamos más de 20 acuerdos con instituciones educativas de todo el país, para orientar y asesorar a estudiantes y graduados sobre las demandas, características y tendencias del mercado del trabajo.

En 2010 firmamos un acuerdo con la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires. A su vez participamos en 9 Ferias de Empresas organizadas por universidades.

Para mayor información sobre los aliados de Manpower Argentina visitar:

www.manpower.com.ar/nuestros_acuerdos.asp



Exposocial realizada en la Universidad Nacional de Córdoba



Feria de Empresas de la Universidad del CEMA

Reconocimientos 2010

- **4º puesto en el Ranking 2010 en la categoría de Gestión Integral orientada a la Sustentabilidad** del “Premio Ciudadanía Empresaria” de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina - AMCHAM.
- **Premio “Hacia una Empresa Familiarmente Responsable”** otorgado por la Fundación Proyecto Padres con el apoyo académico del IAE Business School. Alfredo Fagalde, Director General de Manpower Argentina, reconocido como “Líder comprometido” con la conciliación trabajo-familia.
- **Mejor Reporte de Responsabilidad Social.** ComunicaRSE, medio especializado en temas de RSE. Sobre una investigación realizada entre 40 representantes de áreas de RSE de empresas argentinas, el Reporte de Manpower quedó posicionado en el puesto N°1.
- **4to. lugar en el Ranking de las 10 compañías más admiradas por su política de Responsabilidad Empresaria (RE)** en Argentina, elaborado por Visión Sustentable, medio especializado en temas de RSE, en base a su Encuesta de Gestión y Estrategia en RE 2010, respondida por 95 empresas.
- **Cuadro de Honor de “Rendición de Cuentas en RSE” - Revista Mercado.** El Reporte de RSC 2009 de nuestra compañía es uno de los 10 casos reconocidos en un estudio realizado por este medio gráfico sobre 38 Informes, analizados por un comité evaluador integrado por profesionales y ejecutivos independientes.
- **Reconocimiento por parte del Municipio de Pilar en el III Foro de Responsabilidad Social y Desarrollo Local,** por el trabajo de formación e inserción laboral de los integrantes de la Comunidad Toba de Derqui, Pilar.
- **Premio Mercurio 2010 de la Asociación Argentina de Marketing (AAM).** Nuestra estrategia de Marketing que acompañó el cambio de imagen corporativa en 2006 fue aquí distinguida. Este galardón por primera vez en 30 años de historia se entrega a una empresa de servicios en Recursos Humanos.
- **Manpower, entre las 100 empresas con mejor imagen.** En la edición 2010 del ranking de imagen de la revista Apertura, Manpower se ubicó en el puesto 56, logrando un ascenso de 61 puestos en comparación al ranking del año 2009. De esta forma, Manpower se posiciona como la **única empresa de servicios de recursos humanos dentro de las 100 empresas** con mejor imagen en la Argentina; siendo también la única organización de nuestro sector en el ranking de Las Mejores Empresas de la revista Fortuna, al igual que en el Ranking de las “100 empresas con mejor reputación de Argentina” del Premio Clarín a la Excelencia Empresaria.



Entrega del reconocimiento por el 4to. puesto en el ranking 2010 de la categoría Gestión Integral orientada a la Sustentabilidad del “Premio Ciudadanía Empresaria” de AMCHAM.



Alfredo Fagalde, Director General, recibió el Premio “Hacia una empresa familiarmente responsable” de la Fundación Proyecto Padres como líder comprometido con la conciliación.

4.

Consolidando vínculos con los grupos de interés



Entrevista en sucursal de Manpower

Nuestros grupos de interés

Nuestros grupos de interés son todas aquellas personas, organizaciones, instituciones y empresas con las que interactuamos y generamos un impacto relevante a partir de nuestras operaciones. Ellos, a su vez, son clave para el éxito de nuestro negocio por ser protagonistas, aliados y participantes de nuestros programas, acciones y servicios.

La relación que desde la estrategia de sustentabilidad construimos con nuestros grupos de interés forma parte esencial de nuestro desempeño en esta materia; ya que, a través del diálogo, consolidamos nuestro vínculo y los hacemos partícipes activos de la generación de valor social dentro de nuestro negocio.



En la voz de nuestros públicos clave

EMPLEADOS

“El grupo se fortaleció mucho más a partir de la implementación del Plan Integral de Conciliación. El clima laboral en la sucursal es más que óptimo, y considero que este equipo ha tomado como bandera la posibilidad que nos brinda la compañía de usar estos beneficios en pos de una contribución al equilibrio de la vida laboral y familiar.”

Adrián Pavarín – Supervisor Suc. Promociones Norte de la Ciudad de Buenos Aires de Manpower

CLIENTES

“Acompañados por Manpower, diseñamos e implementamos un programa de inclusión laboral que hemos denominado “Un lugar para todos” en donde brindamos oportunidades de inserción laboral a personas con discapacidad. Hoy contamos con nueve colaboradores que forman parte de nuestros equipos de trabajo, que supieron adaptarse a las exigencias que el puesto requiere. Es una gran experiencia de vida y un aprendizaje transformador para cada una de las personas que formamos el Banco Hipotecario y para todos los que llevamos adelante esta gran iniciativa.”

Cristian Gorbea – Gerente de área de Desarrollo Organizacional de Banco Hipotecario

CANDIDATOS Y ASOCIADOS

“Haber recibido el premio “Manpower a la Excelencia” me da más fuerzas para seguir por el buen camino. Creo que es un reconocimiento al esfuerzo que uno hace día a día. Es un premio para que los empleados que lo reciben sientan que están haciendo las cosas bien, y para los que no lo reciben les da una especie de plus para esforzarse un poco más en lo individual y en lo colectivo. Así los empleados se sienten respaldados tanto por Manpower como por la empresa en la que prestan sus servicios.”

Rodrigo Burgos. Asociado de la Suc. Banking de la Ciudad de Buenos Aires Ganador del premio Manpower a la Excelencia

PROVEEDORES

“Haber participado del encuentro de diálogo con proveedores y de la capacitación en RSC fue una experiencia inolvidable, y es bueno que puedan seguir realizándolas. Me fui muy entusiasmado. Sería interesante que puedan difundir el material a otras empresas para que tomen como ejemplo y que se contagien.”

Pablo Núñez, Correo Argentino



Jornadas de Coordinadores de RSC



Entrega de Premio Manpower a la Excelencia a asociado de la sucursal Rosario, Pcia. de Santa Fe.

GOBIERNO

“La firma del convenio con Manpower permitió que cien jóvenes de toda la provincia pudieran participar de los talleres para recibir toda la información necesaria para transitar una entrevista de trabajo y obtener buenos resultados en sus búsquedas de empleo. La capacitación aspiró a subrayar sus propias fortalezas y remarcar ampliamente las capacidades laborales que tienen estos jóvenes, afianzando así su búsqueda laboral y dejando de lado los temores e inseguridades.”

Sergio Álvarez
Ministro de Desarrollo Social
Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego

COMUNIDAD

“Sólo tengo palabras de agradecimiento para Manpower. La experiencia del programa significó para los alumnos una instancia invaluable de aprendizaje... no sólo les ha permitido poner en acto conocimientos y habilidades ligadas a los procesos de reclutamiento y selección, sino que permitió concretar en la realidad los ideales que perseguimos como Institución formativa... Agradezco el interés puesto en nuestros alumnos por parte de Manpower.”

Lic. Susana Encaje
Docente Titular de la Práctica Profesional II
Instituto Superior Pedro Goyena, Bahía Blanca

“Gracias a la entrevista que he tenido con Manpower se ha dado una postulación con éxito. Comencé a trabajar en una empresa como secretaria. Ése era mi objetivo. Tardó mi reinserción pero lo logré. ¡Hay que seguir creyendo que se puede!”

Claudia, participante del programa “Mayores talentos. Valorando la experiencia”

MEDIOAMBIENTE

“Es un orgullo para nuestro Departamento haber podido colaborar con la campaña de recolección de basura electrónica. Pudimos reunir en menos de dos semanas 754kg. Gracias a las donaciones de cada oficina y la colaboración del Departamento de Sistemas para revisar las condiciones de cada equipo donado.”

Raúl Partarrieu
Responsable Departamento de Insumos y Archivo de Manpower



Capacitación en RSC a proveedores

5.

Nuestros programas de RSC



Taller de formación laboral para personas con discapacidad

DESAFÍO 2010:

Profundizar el camino iniciado de reinserción laboral de adultos mayores de 45 años e incidencia en la agenda pública a través de la participación en un proyecto de investigación junto a Asociación Civil Diagonal y Fundación CIPPEC.

CUMPLIMIENTO:

“Durante 2010, fortalecimos nuestra alianza con la Asociación Civil Diagonal al desarrollar un esquema de talleres de reinserción laboral para personas mayores de 45 años desempleadas involucrando a nuestros voluntarios. Para dar visibilidad a la problemática e incidir en políticas públicas, apoyamos a la Fundación CIPPEC en la realización de la investigación “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”, del que también participó Diagonal. En este proyecto, nos gratifica haber involucrado a 29 empresas cliente de Buenos Aires, Salta y Santa Fe en las instancias de grupos focales.”

María Amelia Videla - Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos

Una particularidad de nuestra gestión en Responsabilidad Social Corporativa, es que los programas que implementamos son transversales a la empresa. En ellos participan diversas áreas y líneas de negocios, y alcanzan a numerosos grupos de interés, generando mayor impacto. Además, cada uno de los programas de RSC que desarrollamos está íntimamente ligado a nuestro negocio,

por lo cual generamos valor social permanentemente en el ejercicio de nuestras operaciones cotidianas.

Actualmente contamos con 7 programas en los cuales son involucrados activamente todos nuestros públicos clave para alcanzar los mejores resultados

	Clientes	Asociados	Empleados	Comunidad	Gobierno	ONGs	Universidades	Organismos Internac.
Oportunidades para todos	•	•	•	•	•	•	•	
Juntos por los Jóvenes	•	•	•	•	•	•	•	
Sin Fronteras	•	•	•	•	•	•		•
Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales	•	•	•	•	•	•	•	
La Mujer en la Empresa Contemporánea	•	•	•	•	•	•	•	
Mayores Talentos. Valorando la experiencia	•	•	•	•	•	•		
Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo	•	•	•	•	•	•	•	•

• Programa lanzado en 2010

Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

Programa de voluntariado corporativo, base para la gestión de nuestros programas de RSC

¿Qué hacen los voluntarios de Manpower?

- Organizan y/o dictan talleres de formación para la empleabilidad y charlas sobre temáticas específicas a partir de sus conocimientos, compartiendo lo que “saben hacer” con otros.
- Reciben capacitación en temáticas relativas a voluntariado y trabajo social en alianza con Fundación SES.
- Acompañan a jóvenes en su carrera laboral, postulaciones a primer empleo y guían en la elección de capacitaciones, oferta de formación, etc.
- Generan vínculos para ampliar la red de aliados en cada zona, transfiriendo a las organizaciones sociales el conocimiento del mercado laboral, ayudando a identificar posibles contenidos de formación.
- Participan en acciones desarrolladas a través de los programas corporativos de RSC.

Este año el programa de voluntariado corporativo “Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo” cumplió 5 años desarrollando acciones con alto valor social y ejerciendo un rol fundamental en la implementación de nuestros programas de RSC. Su trabajo tiene un alto impacto en la comunidad y en la cultura organizacional de la compañía.

Los voluntarios aportan su conocimiento, tiempo y contactos en pos de la diversidad y mejora de la empleabilidad de grupos vulnerables. Mantienen contacto con la comunidad a través del diálogo permanente con los participantes de los programas, relevando sus necesidades y expectativas en el trabajo cotidiano.

Nuestros voluntarios trabajan en alianza con diferentes actores sociales, lo que permite generar un mayor impacto en las acciones que realizan.

Este año 61 voluntarios de Capital y Gran Buenos Aires participaron del ciclo de “Diálogos Entrelazados” sobre temáticas de educación, juventud, adultos mayores y discapacidad.

A su vez, como todos los años, organizamos las VII Jornadas de Coordinadores de RSC en Buenos Aires. Quienes lideran las acciones de RSC en todo el país, viajaron a compartir dos días de actividades, intercambio de experiencias, aprendizajes y capacitación.

Las jornadas contaron con la presencia de representantes de Fundación CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento) y de la Asociación Civil Diagonal como “invitados especiales”. Presentaron los avances del estudio de “Diagnóstico sobre el desempleo en mayores de 45 años”, que Manpower acompañó en el marco de su programa “Mayores Talentos. Valorando la experiencia”.

Resultados “Entrelazados”	2008	2009	2010
Inversión total en horas de voluntariado (pesos) ⁽¹⁾	51.683	63.943	67.509
Cantidad total de horas de voluntariado	2.071	2.359	1.918
% empleados involucrados	20,4%	21,1%	22.1%
Cantidad de empleados con rol activo	149	158	160
<i>Gerentes y Directores</i>	11	11	12
<i>Mandos Medios</i>	25	28	28
<i>Personal no jerárquico</i>	113	119	120
Cantidad de voluntarios capacitados	75	49	61

1. Se agruparon los voluntarios según sus puestos laborales en cinco categorías. Primero, se calculó el monto por categoría multiplicando el promedio de horas por voluntario, por la cantidad de voluntarios por categoría, por el valor promedio de la hora de trabajo de cada categoría. Luego, sumando estos 5 valores por categoría, se obtiene el monto total en horas de voluntariado.



Voluntarios de la Ciudad de Buenos Aires dictando taller de orientación laboral para personas refugiadas



Taller para jóvenes de Avellaneda, Gran Buenos Aires

22,1% de nuestros empleados participan del voluntariado corporativo. Asimismo, el 25% de los voluntarios ocupa posiciones de liderazgo en la compañía.

5° Aniversario del Voluntariado Corporativo

El 5 de diciembre se conmemoró el “Día Internacional del Voluntario” y los voluntarios corporativos se reunieron durante la semana para festejar los 5 años del programa “Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo” junto a sus compañeros en todo el país.

Compartieron el “Anuario Edición Especial Aniversario” y un video que los llevó a reflexionar y recordar juntos distintas experiencias vividas desde el lanzamiento del programa en 2005, y especialmente a lo largo de 2010.



Festejo del día del voluntario en sucursal Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires





Oportunidades para Todos

Promoción de la inserción laboral de personas con discapacidad.

Este programa participa de la iniciativa Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

- Lanzamiento de la Consultoría en Discapacidad
- Nueva Escuela de Formación Laboral para candidatos del programa.
- 635 inserciones de personas con discapacidad en 75 empresas comprometidas desde 2004.

Problemática

- En la Argentina, 7,1% de la población tiene alguna discapacidad.
- El 20,6% de los hogares alberga al menos una persona con discapacidad.
- Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el índice de desempleo vigente en un país es tres veces mayor cuando se trata de personas con discapacidad.
- De acuerdo a la Encuesta Nacional de Discapacidad del INDEC sólo el 29,9% de la población con discapacidad mayor a 14 años tiene alguna ocupación laboral.

Antigüedad | 7 años.

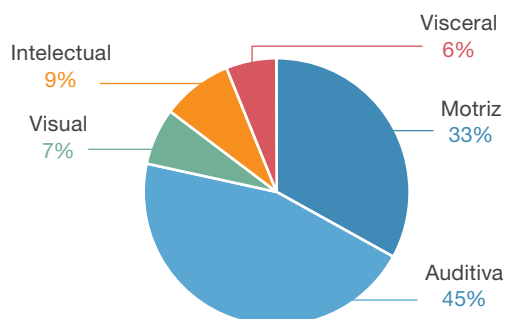
Objetivo | Promover la diversidad en el mundo del trabajo, con énfasis en la inserción laboral de personas con discapacidad.

Resultados "Oportunidades para todos"	2008	2009	2010
Con Clientes			
Cantidad de ejecutivos de empresas cliente que fueron capacitados en diversidad	164	120	135
Cantidad de Talleres de concientización y capacitación en diversidad	16	10	9
Cantidad de nuevas empresas comprometidas	13	7	14
Con los Candidatos			
Cantidad de personas con discapacidad que obtuvieron un empleo a través de Manpower	107	72	78
Cantidad de personas que obtuvieron un empleo a través de Manpower desde la creación del Programa en 2004	485	557	635
Total de talleres para personas con discapacidad	20	20	25
Cantidad de personas capacitadas en los talleres	152	138	170
Con nuestros Empleados			
Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en Manpower desde 2004.	80	90	112
Cantidad de referentes en sucursales capacitados en la metodología específica de inserción de personas con discapacidad	56	80	56
Horas de capacitación en temáticas de discapacidad	664	471	366
Cantidad de horas de voluntariado	70	150	58
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	7	10	8

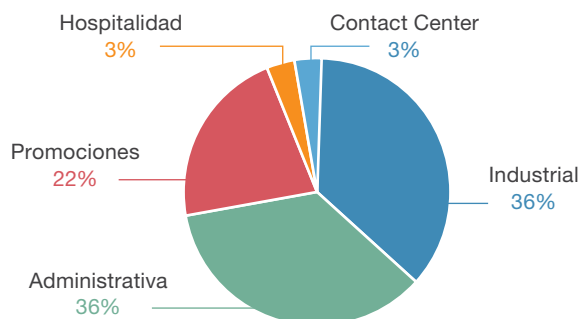
¿Qué hacemos?

- **Acompañamos y asesoramos** a las empresas en los procesos de inclusión e inserción laboral a través de la consultoría en discapacidad.
- **Identificamos actividades y ocupaciones** que pueden ser cubiertas por personas con discapacidad.
- **Administramos entrevistas y evaluaciones** adaptadas por cada tipo de discapacidad. Contamos con una base de datos de + 2.000 personas con discapacidad.
- **Capacitamos** a las personas con discapacidad a través de nuestra Escuela de Formación Laboral para brindarles herramientas que favorezcan su inserción laboral.
- **Mantenemos contacto** con todos los candidatos de nuestra base de datos mediante el envío de un newsletter bimestral con información de interés. En 2010 realizamos un desayuno para ocho asociados del programa para compartir un espacio de intercambio de experiencias en sus empleos actuales.

Inserciones por tipo de Discapacidad (2004 – 2010)



Inserciones por Unidad de Negocio (2004 – 2010)



Manpower cuenta con un equipo profesional en Recursos Humanos y Discapacidad dentro del Departamento de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos conformado por 4 integrantes, y con referentes capacitados en todo el país, quienes llevan adelante una metodología específica para la inserción de personas con discapacidad.

Taller sobre discapacidad para periodistas

En julio realizamos un taller para periodistas "Informar para Todos/Oportunidades para Todos" con el objetivo de acercarles información sobre discapacidad, características de una fuerza laboral inclusiva y terminología adecuada para la redacción de artículos periodísticos. Así, trabajamos para contribuir al conocimiento acerca de la discapacidad en los formadores de opinión y en la sociedad en general.

El dictado del taller estuvo a cargo del equipo de especialistas en discapacidad de Manpower y contó con la asistencia de 5 periodistas de importantes medios masivos y especializados en RSC.

Alianzas:

Gobierno:

- Comisión para la Plena Integración de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Área de Discapacidad de los Municipios de: Vicente López, Moreno y Pilar (Pcia. de Buenos Aires).
- Escuelas especiales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Organizaciones sociales:

- Programa de Capacitación e Inserción Laboral de la Población Ciega (AGORA).
- Instituto Villasoles, Instituto Integral de Educación, Centro Dar, Cascos Verdes, Fundación Step, CCRAI, Fresenius, Instituto Súyay, Formar Futuro.

Universidades:

- Universidad Católica Argentina (UCA) – Ciudad de Buenos Aires.
- Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) – Pcia. de Buenos Aires.
- Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) – Pcia. de Buenos Aires.

Consultoría en discapacidad

Basándonos en el conocimiento y experiencia adquiridos a lo largo de más de 5 años de acompañamiento a empresas en procesos de inserción laboral de personas con discapacidad, lanzamos en 2010 una propuesta integral para acompañar a las empresas en su acercamiento a la discapacidad en el ámbito laboral.

La consultoría en discapacidad incluye todas las acciones posibles desde el diseño e implementación de un programa integral de inclusión, analizando la cultura corporativa y el entorno laboral; la capacitación en diversidad a ejecutivos; el desarrollo de propuestas en respuesta a necesidades puntuales de los clientes como por ejemplo, la realización de evaluaciones de perfil laboral; hasta el servicio de outplacement.

Escuela de Formación Laboral

Frente a la demanda del mercado laboral, capacitamos y asesoramos a los candidatos a través de talleres a cargo de nuestros voluntarios corporativos:

- **Taller de Formación Laboral:** brindamos herramientas para la búsqueda de empleo y contribuimos a determinar el perfil laboral de los asistentes.
- **Taller “Descubriendo tu potencial”:** contribuimos a que los candidatos detecten su potencial laboral formando parte de un encuentro grupal.
- **Orientación Vocacional:** ofrecemos orientación y acompañamiento en la elección de una carrera, detectando aptitudes vocacionales y proyectos a futuro.
- **Cursos de capacitación:** dictamos talleres acerca de diferentes temáticas como: Reposición y Promociones, Liquidación de Sueldos, Facturación, Ventas e Informática.



Talleres de la Escuela de Formación Laboral para personas con discapacidad en Ciudad de Buenos Aires

Sin Fronteras

Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.



Este programa participa de la iniciativa Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

- 375 personas refugiadas provenientes de África, Asia y América Latina participaron de los talleres de orientación sobre el mercado laboral argentino desde 2007.

¿Quiénes son los refugiados?

De acuerdo con la Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados, un refugiado es una “persona que se encuentra fuera de su país de nacionalidad o residencia habitual, tiene un fundado temor de persecución a causa de su raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, y no puede o no quiere acogerse a la protección de su país; o retornar a él por temor a ser perseguido”.

Las personas refugiadas se encuentran legalmente habilitadas para trabajar en el mercado formal por contar con CUIL y permiso de residencia (precaria, no DNI).

Problemática

Más de 4.000 personas de 70 países buscan asilo y refugio en Argentina. La mayoría proviene de Colombia, Haití y de países africanos, asiáticos y otros de América latina.

Antigüedad

4 años

Objetivo

Brindar acompañamiento laboral y provisión de herramientas para la búsqueda de empleo a personas migrantes y refugiadas en la Argentina.

¿Qué hacemos?

- Voluntarios corporativos administran talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo a grupos de personas refugiadas.
- Los participantes son derivados a las sucursales de Manpower para entrevista laboral, según perfiles e intereses.

Alianzas:

- **ACNUR** - Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados.

- **Fundación Myrar:** Migrantes y Refugiados en Argentina – Ciudad de Buenos Aires.
- **HIAS:** The Hebrew Immigrant Aid Society – Ciudad de Buenos Aires.

Resultados “Sin Fronteras”	2008	2009	2010
Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo	105	117	75
Cantidad de talleres dictados	11	10	12 ⁽¹⁾
Cantidad de refugiados entrevistados en nuestras oficinas	80	110	60
Cantidad de personas refugiadas que obtuvieron un empleo a través de Manpower	10	18	15
Cantidad de horas de voluntariado	76	64	72
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	19	16	18

1. Se realizaron 11 talleres en la ciudad de Buenos Aires y 1 en Mendoza



Juntos por los Jóvenes

Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.

Este programa participa de la iniciativa Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

- Más de 200 jóvenes del Programa de Becas Escolares de Fundación Cimientos que cursan el último año de la escuela secundaria en 12 ciudades de todo el país, participaron en nuestros talleres de formación laboral.
- 12 estudiantes de RRHH del Instituto Pedro Goyena de Bahía Blanca asistieron a nuestro seminario-taller de dos encuentros de capacitación en procesos de entrevista y reclutamiento para el programa “Buen Trabajo” de la empresa Dow, en el que somos aliados.
- Firmamos un convenio con el Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego para contribuir con la mejora de la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos de Ushuaia, Tolhuin y Río Grande.

Problemática | Es cada vez mayor la brecha entre los requerimientos de las empresas y la cantidad de jóvenes que no logra insertarse laboralmente debido a su escasa formación y sus debilidades en cuanto a competencias. Esto explica por qué el índice de desempleo juvenil supera el 25%, alcanzando el 34% entre los jóvenes de bajos recursos.

Esta problemática tiene costos muy altos para los jóvenes que:

- Pierden motivación y autoestima
- Dejan de valorar la importancia del trabajo
- Restan eficacia a la inversión educativa que han realizado
- Pierden su visión de futuro

Antigüedad | 7 años.

Objetivo | Mejorar la empleabilidad y las posibilidades de inserción laboral en el empleo formal de jóvenes de bajos recursos de entre 18 y 30 años de edad, con acento en el desarrollo de las competencias requeridas por el mercado laboral actual.

Resultados “Juntos por los Jóvenes”	2008	2009	2010
Cantidad de jóvenes entrevistados en nuestras oficinas	210	277	150
Cantidad de talleres de formación laboral realizados	40	42	54
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral ⁽¹⁾	1015	1288	929
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral desde el inicio del programa	2.640	3.321	4.250
Cantidad de escuelas técnicas involucradas	12	17	5
Cantidad de ONGs que participaron	15	15	10
Cantidad de provincias involucradas	10	12	15
Cantidad de horas de voluntariado	1.000	850	592
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	142	85	74

1. Se incluyen los jóvenes que participaron en talleres en escuelas técnicas del Gran Buenos Aires y los participantes del programa, indicadores que en años anteriores fueron reportados por separado.

¿Qué hacemos?

- Administramos talleres de formación laboral a grupos de 20 jóvenes motivándolos y guiándolos en la búsqueda de empleo.
- Derivamos a los jóvenes a la sucursal Manpower más próxima para entrevista laboral.
- Detectamos las necesidades de capacitación y efectuamos seguimiento en los procesos de postulación y posibles inserciones.
- Generamos espacios de diálogo entre nuestros empleados y nuestros aliados a fin de que puedan planificar actividades de formación para los jóvenes acorde a los requerimientos del mercado laboral.



SALUDAMOS A LOS 500 JÓVENES

del programa de Becas de Fundación Cimientos, quienes se graduaron durante los años 2002 a 2009 del colegio secundario en 42 ciudades del país, invitándolos a acercarse a nuestras sucursales para participar de las búsquedas laborales.



Talleres de formación laboral para jóvenes en Misiones (arriba) y Pergamino, Provincia de Buenos Aires (abajo).

Alianzas:

Gobierno:

- Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego
- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Secretaría de Niñez de la Provincia de Córdoba
- Municipalidad de Puerto Libertad (Pcia. de Misiones), Monte Grande, Pilar y Bahía Blanca (Pcia. de Buenos Aires).

Empresas:

- DOW Argentina (Programa "Buen Trabajo")
- Pepsico ("Red Jóvenes con Futuro").
- Toyota ("Programa de Introducción al Mundo del Trabajo")

Instituciones educativas:

- Bernardino Rivadavia (Villa Mercedes. Pcia. de San Luis)
- Instituto Pedro Goyena (Bahía Blanca, Pcia. de Buenos Aires)

Organizaciones sociales:

- Fundación SES
- Fundación Cimientos
- Asociación Civil Doncel
- Fundación Uniendo Caminos
- Fundación Tzedaká
- Fundación Pescar
- Fundación Junior Achievement
- Red por los chicos (Tucumán)
- Fundación Diageo (Mendoza)
- Hogar Escuela María Benita Arias (Río Cuarto, Pcia. de Córdoba)
- FUNIF (Bariloche, Pcia. de Río Negro)

La Mujer en la Empresa Contemporánea

Promoción de la mujer en el mundo del trabajo con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar.



Este programa participa de la iniciativa Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

- *Dictamos un taller de formación laboral para mujeres recuperadas de situación de violencia de la Casa Juana Manso del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.*

Problemática

- En la Argentina, las mujeres representan el 42% de la población ocupada, sin embargo, aportan en promedio, menos del 30% de los ingresos familiares.
- Las mujeres ocupan menos del 20% de los cargos gerenciales en Argentina. (IBR de Grant Thornton International)
- Existe una diferencia superior al 30% entre las remuneraciones medias de los salarios registrados por hombres y mujeres, a favor de los primeros. (OIT)

Antigüedad

4 años

Objetivo

Promover el rol de la mujer en el mundo del trabajo con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar.



Taller de orientación laboral junto al portal Materna

Resultados “La Mujer en la Empresa Contemporánea”

	2008	2009	2010
Cantidad de mujeres que participaron de los talleres de orientación laboral	40	90	72
Cantidad de talleres realizados en las unidades carcelarias de Ezeiza	2	2	1
Cantidad de mujeres que participaron de los talleres en las unidades carcelarias de Ezeiza	19	26	12
Cantidad de horas de voluntariado	64	63	36
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	10	9	6

¿Qué hacemos?

Un proceso de diálogo con nuestros grupos de interés: clientes, empleadas madres de Manpower y mujeres en proceso de reinserción laboral.

Empresas:

Ponemos en la agenda empresaria el tema de la participación de la mujer en el mundo del trabajo como una de las claves para el desarrollo económico en el largo plazo.

Público Interno:

A través de nuestro Plan Integral de Conciliación “Manpower con Vos. Equilibrando tu Vida” buscamos dar respuesta a las necesidades de equilibrio entre la vida laboral y familiar de todos los empleados de Manpower con especial foco en las mujeres madres. Para mayor información, ver capítulo de Empleados.

Comunidad:

Administramos talleres de orientación laboral para mujeres que buscan reinsertarse en el mundo del trabajo, apoyándolas en su formación para la búsqueda de empleo y en el desarrollo de aptitudes personales y sociales.

En alianza con la Dirección de Readaptación Social del Ministerio de Justicia de la Nación dictamos talleres a mujeres de las unidades carcelarias de Ezeiza que están en proceso de libertad para contribuir con su futura inserción laboral.



Taller de orientación laboral junto a Fundación Pallay en Salta

Agradecimiento

Recibimos una carta de agradecimiento del Director Nacional de Readaptación Social del Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos de la Nación, Prof. Marcelo Battistessa, destacando el aporte significativo de las actividades llevadas a cabo en las Unidades Penitenciarias Federales durante 2010.

Alianzas:

- Consultora Más Valores
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Dirección de Readaptación Social del Ministerio de Justicia de la Nación
- Portal Materna (www.materna.com.ar)
- Fundación Inclusión Social Sustentable (Córdoba)
- Fundación Pallay (Salta)

Mayores Talentos. Valorando la experiencia.

Orientación laboral y búsqueda de empleo para reinserción de personas mayores de 45 años.



Este programa participa de la iniciativa Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo

- Alianza con Fundación CIPPEC para la realización del estudio “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”.
- 10 talleres mensuales de reinserción laboral en Manpower para personas mayores de 45 años desempleadas, junto a la Asociación Civil Diagonal.

Problemática

- Existe una “exclusión social invisible”, que está representada por una franja de la población cada vez más grande y que incluye a las personas desempleadas que tienen entre 45 y 70 años, de clase media, muchos con una gran formación académica y experiencia laboral.
- Este grupo enfrenta grandes barreras al momento de buscar reinserirse en el mercado, que se ven reflejadas en el hecho de que el 80% de las ofertas de empleo los excluye (de acuerdo a datos de ZonaJobs).

Antigüedad

Lanzado en 2010.

Objetivo

Contribuir a la concientización en la sociedad sobre la “exclusión social invisible” de las personas mayores de 45 años desempleadas y brindarles herramientas de orientación laboral para su reinserción.

¿Qué hacemos?

A partir de la alianza establecida con la Asociación Civil Diagonal en 2009, nuestros voluntarios dictan talleres de actualización sobre el mercado laboral a los participantes del Programa de reinserción laboral de la Asociación, que luego asisten a entrevista laboral en las sucursales de la compañía.

En 2010, **200 personas mayores de 45 años desempleadas** concurrieron a los talleres.

Resultados “Mayores Talentos. Valorando la experiencia”	2009 ⁽¹⁾	2010
Cantidad de talleres de reinserción laboral realizados	3	10
Cantidad de adultos mayores de 45 años participantes de los talleres	30	200
Cantidad de adultos mayores de 45 años que asistieron a entrevista en las sucursales de Manpower	-	130
Cantidad de horas de voluntariado	20	72
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	5	18

1. En 2009, antes de la formalización del programa, se realizaron junto a Asociación Civil Diagonal talleres de reinserción laboral.



Talleres de reinserción laboral en la Ciudad de Buenos Aires

Resultados preliminares de la investigación de Fundación CIPPEC

En base a la Encuesta Permanente de Hogares ⁽¹⁾ (INDEC):

- Quienes se encuentran entre 45 y 64 años de edad son las personas que hace más tiempo están buscando una ocupación. El 44% de los desocupados de este grupo etario sostiene que está buscando empleo desde hace más de un año. Esto significa que a los mayores de 45 les está costado más tiempo reinserirse en el mercado laboral.
- El 67% de los desempleados entre 45 y 69 años se ubican en la Ciudad de Buenos Aires y los partidos del conurbano bonaerense.
- La mayor parte de los desocupados de entre 45 y 65 años provienen de actividades vinculadas a la construcción, los servicios, y la producción industrial.

Alianza con CIPPEC (Fundación Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento)

A través de un acuerdo de cooperación, acompañamos el proyecto “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”, orientado a generar información y conocimientos destinados al debate público en general y al debate sobre las políticas públicas en particular, con el fin último de mejorar la situación de la población desocupada entre 45 y 70 años. Se puede acceder al informe completo en la siguiente web:

<http://bit.ly/INFORME>

En el marco de esta investigación Manpower coordinó y organizó 4 encuentros con clientes para discusión sobre la problemática del desempleo en mayores de 45. Participaron 29 empresas cliente de Buenos Aires, Santa Fe y Salta.



Encuentro con directivos de RRHH de empresas en la Ciudad de Buenos Aires

Alianzas:

- Fundación CIPPEC
- Asociación Civil Diagonal

1. Análisis de los últimos trimestres del período 2003-2009

Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales

Formación sanitaria y concientización para la erradicación del trabajo infantil a los trabajadores rurales asociados de Manpower.

Problemática | Dentro del panorama de pobreza de muchas áreas rurales de nuestro país, las problemáticas sanitarias se constituyen en una de las principales amenazas para la empleabilidad de los trabajadores rurales.
Constituye un Objetivo de Desarrollo del Milenio para la Argentina el combate al VIH/SIDA, la tuberculosis, el Mal de Chagas y otras enfermedades relacionadas con los contextos de pobreza.

Antigüedad | 5 años

Objetivo | Contribuir con la empleabilidad de los trabajadores rurales y sus familias en las zonas donde operamos, a través de acciones de concientización sobre temáticas sanitarias para que ellos, a su vez, asuman el rol de agentes multiplicadores.

- ¿Qué hacemos?**
- Diagnóstico y relevamiento de comunidades rurales
 - Realizamos un ciclo de formación sanitaria a cargo de la Educadora para la salud de Manpower del que participan las mujeres de los trabajadores rurales.
 - Dictamos charlas de capacitación sobre derechos laborales dirigidas a trabajadores rurales.
 - Sensibilizamos a nuestros asociados y sus familias sobre la problemática del trabajo infantil agrícola.



Resultados "Huella Solidaria"	2008	2009	2010
Cantidad de comunidades visitadas	7	9	10
Cantidad de encuentros del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre)	140	128	108
Cantidad de participantes del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre)	88	55	95
Cantidad de asociados capacitados en temáticas laborales	-	260	300
Cantidad de horas de voluntariado	180	505	588
Cantidad de voluntarios participaron de las actividades	22	55	40

Actividades 2010:

Santiago del Estero:

- **Ciclo de formación sanitaria** sobre prevención del Mal de Chagas, tuberculosis, VIH, educación sexual, alcoholismo, violencia doméstica, nutrición y seguridad laboral. Se trabajó en las comunidades de Puesto de Beltrán, Beltrán, Huachana, Ramadita, Puesto de Juanes, Santa Isabel (Deptos. de Loreto, Atamisqui y Silípica) y Mailín, Tacañitas, El Desvío y Lote 29 (Depto. de Gral. Taboada). Participaron **95 personas, en su mayoría mujeres** de los trabajadores asociados de la Unidad de Negocios Rural de Manpower, que se convirtieron en agentes multiplicadores de estas temáticas en sus comunidades y en las escuelas a las que asisten sus hijos.
- Espacio radial en FM Las Vegas (Loreto), la emisora local más escuchada en todo el ámbito rural, donde desarrollamos tres columnas acerca de: Presentación del programa Huella Solidaria, alcoholismo, y violencia doméstica.
- **300 trabajadores rurales asociados** capacitados por voluntarios de Manpower en temáticas laborales y de salud tales como: documentación personal, asignaciones familiares, RENATRE, obra social, seguridad e higiene en el trabajo, alcoholismo, deshidrataciones e insolaciones, tuberculosis y Mal de Chagas.

Tercer Encuentro de Comunidades Rurales

Realizado en el paraje de Puesto de Beltrán, Loreto, con la participación de 105 vecinos de las 6 comunidades rurales involucradas. Este encuentro tuvo como objetivo crear un espacio de intercambio de experiencias para evaluar el impacto del proceso de formación y formalizar compromisos de trabajo en cada comunidad para 2011.



Taller de formación sanitaria en la comunidad de Puesto de Juanes, Santiago del Estero

En Mendoza:

A partir de la intervención de una trabajadora social, se pudo conocer la situación socioeconómica de la comunidad rural mendocina de Calise (Tupungato) y la realidad de las familias del lugar. Se realizó un relevamiento y censo de la comunidad y dos instancias de diagnóstico participativo.

Realizamos la Campaña Solidaria para colaborar con las 10 escuelas en las que se desarrolló el Programa durante 2010. 25 voluntarios de todo el país viajaron a Santiago del Estero para compartir actividades con la comunidad y entregar las donaciones.

312 empleados de Manpower donaron en promedio 3,4 pares de zapatillas, alcanzando un total de 1.032.

Manpower colaboró con materiales, equipamiento y juegos para las escuelas.



Viaje de voluntarios a Santiago del Estero

Alianzas:

- Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI)

6.

Empleados



Colaboradores del departamento de Compras de Manpower

DESAFÍO 2010:

Implementar un Programa Integral de Liderazgo, establecer un Programa de Incentivos que alcance a toda la dotación, y promover el equilibrio de la vida laboral y personal de nuestros empleados.

CUMPLIMIENTO:

"Hemos llevado adelante exitosamente el Programa Integral de Liderazgo abarcando a todos los líderes de la organización, lo que nos ha permitido contar con información exhaustiva y muy valiosa, para luego emprender la 2° etapa en 2011, que será la de brindar soporte, acompañamiento y desarrollo para que puedan convertirse a su vez en "desarrolladores" de sus colaboradores. En este marco, y en respuesta a las expectativas de la encuesta de clima, desarrollamos el Programa de Reconocimiento Corporativo donde apreciamos el valor agregado en la tarea diaria. A su vez, seguimos avanzando en el Plan Integral de Conciliación "Manpower con Vos. Equilibran-do tu Vida" con capacitaciones, diálogos y entrevistas en profundidad en busca de mejorar la calidad de vida de nuestros empleados."

Magdalena Caviglia - Gerente de RRHH

Empleados en cifras

Cantidad de empleados 2009:

729

Cantidad de empleados 2010:

735

Por categoría	2009	2010	Por edad	2009	2010
Alta Gerencia (Comité de Dirección)	11	11	Hasta 35 años	543	513
Nivel Gerencial	37 ⁽¹⁾	38	Entre 36 y 4 años	145	179
Mandos Medios	95	104	Entre 46 y 55 años	28	28
Comerciales y Administrativos	586 ⁽¹⁾	584	Más de 56 años	13	15

Antigüedad promedio (en años)	2009	2010
Manpower Argentina	4,73	4,84
Alta Gerencia (Comité de Dirección)	21	22
Nivel Gerencial	9	9
Mandos Medios	7	8
Comerciales y Administrativos	4	4

Rotación de personal	2009	2010
Desvinculaciones	49	47
Desvinculaciones acordadas	0	2
Renuncias	29	76
Renuncias acordadas	7	4
Otras bajas	0	1
Total	85	130
Tasa sobre personal promedio	11,3%	17,9%
Tasa de rotación – Renuncias voluntarias	3,8%	10,5%

Edad por categoría - Año 2010	Hasta 35 años	Entre 36 y 45 años	Entre 46 y 55 años	Más de 56 años
Alta Gerencia (Comité de Dirección)	0	4	3	4
Nivel Gerencial	7	24	2	3
Mandos Medios	58	37	7	2
Comerciales y Administrativos	448	114	16	6

1. Diferencias en los valores publicados en el Reporte de RSC 2009, corregidos en este Reporte.

Redefinición de la Visión, Misión y Valores del Departamento de Recursos Humanos

En 2010 todo el equipo de Recursos Humanos trabajó en redefinir la Visión, Misión y Valores del Departamento.

VISIÓN

Ser reconocidos como especialistas en la gestión de Recursos Humanos, contribuyendo al logro del plan estratégico de la compañía y haciendo de Manpower “el mejor lugar para trabajar”.

MISIÓN

Diseñar las mejores prácticas de Recursos Humanos, acompañando a los líderes en su implementación e integrando a todos los colaboradores para facilitar los procesos de cambio que aseguren el éxito de la organización.

VALORES

Integridad: formamos parte de un equipo que se desempeña con honestidad, estableciendo vínculos basados en el respeto y la coherencia.

Profesionalismo: encaramos nuestras acciones con responsabilidad, asegurando que los integrantes del Departamento posean las competencias necesarias para llevarlas adelante.

Gente: funcionamos como un equipo predispuesto a establecer vínculos de cooperación, brindando respuestas y creando soluciones que favorezcan el desarrollo de los integrantes de la organización.

Confiable: aseguramos la confidencialidad y el manejo responsable de la información sensible.

Capacitación

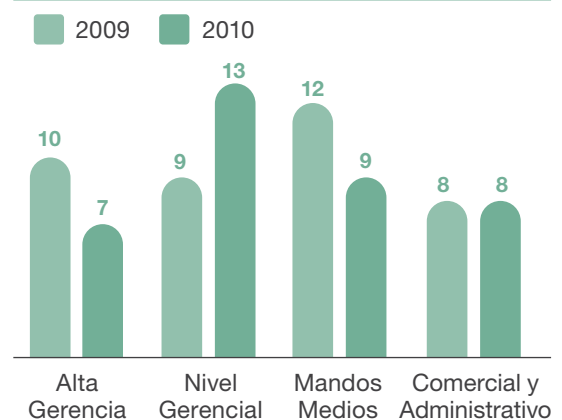
Capacitación	2009	2010
Asignaciones / Participaciones ⁽¹⁾	6.383	6.011
En Casa Central	24%	23%
En Sucursales	76%	77%
Presencial	25,2%	24%
En Conferencias telefónicas	7,4%	2%
E-Learning	67,4%	74%
Cantidad de personas capacitadas	816	860 ⁽²⁾
Horas de capacitación en RSC	1.274	756 ⁽³⁾

1. Se considera Asignaciones / Participaciones la cantidad de empleados que asistieron a capacitaciones en cualquiera de las tres modalidades: presencial, conferencias telefónicas, e-learning.

2. A diferencia de años anteriores, en 2010 el indicador considera los ingresos y egresos transcurridos durante dicho año.

3. La diferencia con el año anterior corresponde a que en 2009, en el marco del lanzamiento del Plan Integral de Conciliación, realizamos capacitaciones que alcanzaron a todo el personal, mientras que en 2010 la capacitación involucró a los mandos.

Cantidad de capacitaciones por categoría



Este año hicimos un cambio en la estrategia de capacitación, donde nos focalizamos en una formación más funcional al puesto de trabajo. Para ello, el área relevó las necesidades de capacitación en sucursales a través de una nueva planilla cuyo fin fue facilitar al Supervisor de Sucursal la selección de los cursos existentes en la empresa acorde a sus empleados.

La modalidad **e-learning** fue la más utilizada para capacitar a nuestro personal. Este año, para lograr una organización visual simple, atractiva y amigable, decidimos realizar un rediseño de toda la estética de la plataforma con nuevos programas y nuevas herramientas que permiten realizar un mejor seguimiento de la cursada.

En 2010 lanzamos el **“Taller técnico industrial”**, con el fin de dar mayor profundidad a los conocimientos necesarios para nuestro trabajo cotidiano en el área industrial. Durante el año organizamos 3 talleres en los cuales participaron 19 empleados.



Taller técnico industrial

A su vez, reformulamos la capacitación **“Formación de Formadores”**, que tiene como objetivo desarrollar a todos nuestros colaboradores que estén relacionados con el entrenamiento del personal. En 2010 participaron 26 personas.

Mediante el **Programa de Entrenamiento en “Sucursal Escuela”**, los empleados que se incorporan a la empresa son capacitados por un colaborador que se desempeña en esa misma tarea.

Por último, contamos con diferentes convenios educativos con las mejores universidades del país. Durante 2010 sumamos 4 acuerdos, alcanzando 14 convenios educativos que tienen como objetivo contribuir con el desarrollo de nuestros empleados.

Programa de Liderazgo Manpower

En 2010 lanzamos un programa de acompañamiento a líderes, basado en el Modelo Global de Liderazgo de Manpower, que complementa los Programas de Desarrollo de gerentes y mandos medios implementados desde 2005. Este programa tiene como objetivo desarrollar habilidades y promover la adquisición de experiencias que enriquezcan el rol del líder. En este marco, organizamos dos encuentros con la participación del Comité de Dirección y todos los gerentes de la compañía.

A su vez, realizamos una encuesta online a líderes y sus equipos sobre el desarrollo personal y habilidades de liderazgo, contrastando la propia imagen del mando con la que tenían sus colaboradores. Analizamos la brecha entre la situación actual del líder y la esperada según el Modelo y desarrollamos un proceso de acompañamiento a los Directores y Gerentes para potenciar sus competencias y obtener resultados exitosos. 43 líderes participaron del programa.



Encuentro del programa de liderazgo

Programas orientados al desarrollo

Nuestra **“Gestión de Desempeño”** (GDD) busca asignar y desarrollar nuestro capital humano acorde a la estrategia del negocio y alinear el bonus anual al desempeño individual de cada empleado. Por su parte, el Modelo de Competencias nos da una respuesta integrada a distintas necesidades en materia de procesos de selección, capacitación y desarrollo para cada puesto de trabajo. En 2010 realizamos una mejora del proceso de GDD, redefiniéndolo y alineando la herramienta a las necesidades actuales de la empresa.

Como parte de este proceso realizamos la evaluación de desempeño al final del año al 100% de nuestro personal.

A su vez, contamos con una herramienta de búsqueda laboral interna, Job Posting: auto-postulación en puestos vacantes. En 2010 hubo una oferta de 19 puestos para los cuales recibimos 47 postulaciones y 8 fueron cubiertos.

Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar

En el marco de nuestro Plan Integral de Conciliación (PIC) **“Manpower con Vos. Equilibrando tu Vida”**, este año el Comité de Conciliación, compuesto por 9 hombres y mujeres de Casa Central y Sucursales de distintos niveles de mando y áreas de negocio, puso su foco en dos aspectos clave:

- **Capacitación** a los líderes para que tengan mejores herramientas para administrar la conciliación en sus equipos y a empleados sobre temas cotidianos y familiares basados en valores.

Capacitaciones al público interno

Talleres para padres y madres

Dictados por Fundación Proyecto Padres, abordaron temas cotidianos y familiares basados en valores.
3 talleres en Bs. As. y 1 en Córdoba
Participantes: 92

Taller “Calidad de Vida: la doble agenda y la gestión del tiempo”

Dirigido a todos los Gerentes y Directores de Manpower.
2 talleres en Bs. As.
Participantes: 44

Taller “El impacto de las nuevas generaciones”

Dirigido Supervisores de Sucursal y Jefes de Casa Central
4 talleres dictados en Bs. As., Córdoba y Mendoza
Participantes: 64

- **Monitoreo y seguimiento** para analizar los cambios percibidos desde la implementación del PIC y entender las necesidades, barreras y facilitadores.

Realizamos **3 encuentros de diálogo** con grupos de riesgo (madres con hijos de 0 a 12 años, líderes y jóvenes de la generación Y) y **6 entrevistas** en profundidad a líderes de todo el país.

Participamos de la investigación internacional **IFREI 2.0** (Índice de Empresas Familiarmente Responsables). Más de 200 líderes y colaboradores de la compañía respondieron una encuesta para relevar el estado de situación en cuanto a políticas, prácticas, y cultura flexible y responsable de acuerdo al **modelo de Empresa Familiarmente Responsable** del IESE de España.

Formamos parte del Club IFREI, a instancias del **Centro de Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School** junto a 20 empresas, que tienen actitud proactiva frente a la temática de la conciliación de la vida laboral y familiar, con el objetivo de fomentar la cooperación e intercambio de experiencias.

Algunos indicadores de uso en 2010:

95% de los equipos de Manpower implementó al menos una política de conciliación

301 personas enviaron 915 solicitudes de viernes laboral flexible. (Promedio: 3 por persona)

85 mandos sobre un total de 151 solicitaron la licencia especial para personal jerárquico en 2010

28 colaboradores realizaron teletrabajo

21% de los empleados de Manpower cuenta con horario laboral flexible

24 mamás de Manpower pudieron aprovechar un mes más de licencia paga junto a sus bebés recién nacidos

16 papás de Manpower pudieron disfrutar y acompañar a sus bebés una semana completa después de su nacimiento



Manpower con Nuestros Hijos en Casa Central (arriba) y Mendoza (abajo)



Guía práctica de conciliación **Manpower con Vos** Equilibrando tu vida

Lanzamos una Guía práctica para implementar y compartir que ayuda a reflexionar sobre la conciliación y acompaña a todos los empleados en su desarrollo integral y manejo de sus tiempos. La Guía incluyó 8 historias de cómo los colaboradores vivieron las distintas políticas de conciliación, que resultaron seleccionadas por el Comité en un concurso del que pudo participar toda la compañía.

10 políticas de conciliación de la vida laboral y familiar que alcanzan a todos los empleados de la compañía:

- Licencia por paternidad extendida.
- Licencia optativa paga posterior a la licencia por maternidad.
- Reducción temporaria de jornada para madres que se reintegran de la licencia por maternidad.
- Licencia por adopción para madres.
- Políticas de adecuación laboral para cuidados de familiares enfermos.
- Día libre por cumpleaños.
- Horario laboral flexible.
- Viernes laboral flexible.
- Teletrabajo.
- Licencia especial anual para el personal jerárquico de la organización.

Programa de Reconocimiento Corporativo: “Manpower con Vos, reconociendo tus logros”

A partir de los resultados obtenidos en la Encuesta de Clima 2009 y del análisis de las opiniones recogidas en los grupos de enfoque, se definió desarrollar un Programa de Reconocimiento Corporativo. Para esto se conformó un equipo de trabajo, que entre los meses de junio y octubre de 2010 se encargó de desarrollar las 11 iniciativas que lo conforman.

“**Manpower con Vos, reconociendo tus logros**”, aprobado por el Comité de Dirección en el mes de noviembre, busca destacar acciones, actitudes e iniciativas de los empleados y equipos de la compañía, brindando herramientas para que cada integrante de la organización pueda llevar adelante una acción de reconocimiento.

El 100% de los líderes de la compañía fue capacitado para implementar cada una de las iniciativas que conforman el programa.

Encuesta de Clima Laboral

Como cada año realizamos la encuesta de Clima Laboral. En esta edición pusimos especial énfasis en el análisis del indicador de compromiso de los empleados como variable central para la atracción y retención.

89% fue el porcentaje de participación en 2010

Al finalizar la encuesta, nuestro Director General compartió los resultados a todo el personal a través de una comunicación y luego cada Director realizó un cascadeo de los datos particulares a su equipo de trabajo.

Este año continuamos con la metodología de analizar los resultados de la encuesta mediante la realización de 12 grupos de enfoque en los que participaron 9 empleados en cada uno con representación de las distintas direcciones a lo largo del país.

Principales resultados de la encuesta de clima laboral

	2009	2010
Trabajo y Desarrollo		
Comprendo claramente qué se espera de mí en el trabajo	80%	79%
Cuento con las herramientas y/o los materiales que necesito para hacer bien mi trabajo	76%	66%
La cantidad de trabajo que se me asigna es razonable	69%	55%
Liderazgo y Cultura		
Aquí se trata a la gente con respeto	88%	85%
Realizamos nuestro trabajo con altos estándares éticos	87%	82%
Confío en la capacidad del equipo de directores para lograr el éxito en el negocio	75%	69%
Ayudando a nuestros clientes a ganar		
Sé de qué manera puedo contribuir a cubrir las necesidades de nuestros clientes	93%	91%
Tratamos a nuestros asociados y candidatos con respeto	90%	90%
Estamos comprometidos a prestar servicios de alta calidad	86%	80%

Diversidad en Manpower

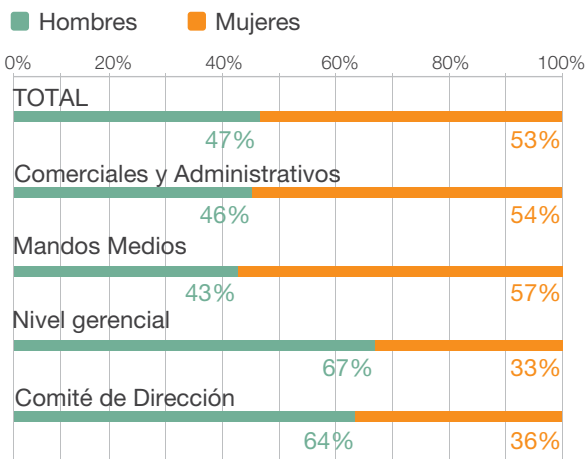
Celebramos las diferencias individuales con un espíritu de inclusión que abarca a todas las personas y que procura brindarles la oportunidad de desarrollar sus potencialidades.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

Nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión en el mercado laboral forma parte de nuestra política de Recursos Humanos. Para cada posición a cubrir dentro de la compañía se considera la postulación de personas con discapacidad en igualdad de condiciones que cualquier otro candidato. Se cuenta con herramientas de reclutamiento y evaluación adaptadas para personas ciegas y disminuidas visuales.

Asimismo, ninguna búsqueda interna tiene requisitos de edad y/o género.

Empleados por categoría y género



Otros indicadores de diversidad en Manpower

6% Empleados mayores de 45 años

2% Empleados con discapacidad

Comité de Diversidad

En 2010, el Comité de Dirección aprobó la propuesta para la creación del Comité de Diversidad de Manpower. Se tratará de un espacio integrado por representantes de los departamentos de Recursos Humanos, Responsabilidad Social y Asuntos Públicos y de las distintas Direcciones. El objetivo es institucionalizar un ámbito permanente de intercambio y formación para promover la gestión de la diversidad dentro de la organización.

Será prioridad del Comité avanzar en la capacitación sobre temáticas de diversidad en las distintas etapas del proceso de reclutamiento de personal para Manpower e incrementar la cantidad de personas de grupos vulnerables que participan de los procesos de búsquedas de Casa Central y Sucursales.

Con el objetivo de que el público interno continúe profundizando sus conocimientos en la temática de discapacidad, se realizó durante el año 2010 el segundo **“Ciclo de Actualización en Discapacidad”**, donde se brindó información acerca de las distintas discapacidades para que los empleados puedan tomar conciencia sobre cómo prevenirlas.

Se llevaron a cabo 4 encuentros con especialistas de los que participaron 51 personas.



Charla de la Dra. Liliana Pantano (UCA – CONICET) en el marco del “Ciclo de actualización en discapacidad”

Salud y seguridad para nuestros empleados

Porque nos importan las personas, consideramos a la salud y la seguridad de todos como una parte integral de nuestra cultura.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

Comprometidos con la salud y la seguridad de nuestros empleados, seguimos trabajando en la prevención y capacitación en riesgos de oficina, incendios y evacuación. Este año realizamos en casa central 2 simulacros de incendio, optimizando los tiempos de evacuación.

En el mes de septiembre 13 empleados pertenecientes a las zonas de Rojas y Pergamino (Pcia. de Buenos Aires) y Venado Tuerto (Pcia. de Santa Fe) participaron de un curso de seguridad vial dictado por una empresa especializada en el tema. En esta primera etapa nos focalizamos en los jefes de zona y supervisores de campo, quienes realizan gran parte de su actividad diaria conduciendo vehículos de la compañía.

Nuestras herramientas de comunicación con los empleados

Objetivos de nuestra comunicación interna:

- Potenciar el rol de los líderes y mandos medios como comunicadores.
- Administrar y eficientizar el uso de todas las herramientas y sistemas de comunicación interna, segmentando mensajes y públicos.
- Acompañar planes de acción de Encuesta de Clima.
- Acompañar los planes de acción estratégicos de la compañía.
- Agregar valor, ordenar información y establecer prioridades de comunicación.

Tribuna

Nuestra revista interna trimestral con información sobre la empresa, tiene una red de 45 empleados corresponsables en todo el país.

Manpower al día

Correos electrónicos con información sobre temas relevantes de la compañía comunicados de manera rápida y dirigida a públicos masivos.

E-learning: Comunicaciones Clave

En 2010 definimos el concepto Comunicaciones Clave Urgentes, creadas para dar respuesta a necesidades concretas y urgentes de nuestros clientes internos y que ameritan un seguimiento mayor que el de un newsletter.

Boletines Informativos “Expertos”

Comunicaciones específicas para cada sector sobre distintos temas de especialización. Este año trabajamos en los siguientes ámbitos:

- Expertos Legales, lanzamos 25 ediciones (quincenales) las cuales tuvieron en total 4.950 visitas.
- Expertos Impuestos, en agosto lanzamos un nuevo boletín y en sus primeras 5 ediciones (mensuales) alcanzó 817 visitas.
- Expertos Manpower Professional, lanzó 3 ediciones, alcanzado 634 visitas.
- Expertos Marketing emitió 1 edición que obtuvo 804 visitas.

Orientación al Mercado

A fin de brindar información sobre temas del mercado laboral a nuestros empleados, organizamos conferencias telefónicas con especialistas de cada área. 241 empleados de sucursales participaron de 4 charlas con el área de Investigación y Desarrollo, 3 con el área de Promociones y 4 con la de Manpower Business Solutions.

Acercamiento al Negocio

Organizamos encuentros con nuestros empleados de casa central para que se informen sobre las novedades del negocio. 353 colaboradores participaron de charlas sobre las áreas de: Investigación y Desarrollo, Promociones, Hospitalidad e Industrial.

Redes sociales

Sumamos a nuestros empleados en nuestras redes sociales - LinkedIn, Facebook, Youtube - para brindarles espacios de comunicación alternativos con información sobre la empresa.

Encuentros especiales

- Celebramos el aniversario de ingreso en la Compañía de todos los empleados de 1 año en adelante.
- Realizamos la 4ª edición de “Manpower con Nuestros Hijos” con la participación de niños en más de 49 oficinas de todo el país.

Vivimos el Mundial Sudáfrica 2010

En todo el país nos reunimos para compartir los partidos de la Selección Nacional. Además, organizamos, a través de intranet, un Prode interno con premios para los ganadores de distintas etapas.



Sucursal Caseros, Gran Buenos Aires

7.

Clientes



Sucursal Hospitalidad, Ciudad de Buenos Aires

DESAFÍO 2010:

Participar activamente en el programa mundial de Desarrollo de Negocios, sin descuidar el segmento PYMES. Incrementar nuestra oferta a clientes en servicios de selección permanente y trabajar sobre los resultados de la encuesta de satisfacción de clientes 2009.

CUMPLIMIENTO:

“Durante el año 2010 tuvimos una participación muy importante en la ejecución de las políticas de Marketing de nuestra organización mundial. Uno de los negocios que más se ha desarrollado es el de Selección de Personal Permanente. Por otro lado, seguimos consultando permanentemente a nuestros clientes y asociados acerca de cómo evalúan nuestro servicio. Los indicadores nos muestran el camino que debemos recorrer para seguir profundizando nuestro vínculo con ellos.”

Eduardo March - Subdirector General y Director de Marketing

Clientes en cifras	2008	2009	2010
Cantidad de clientes	2.359	2.038	1.858
Ventas (en millones de pesos)	810	763	949
Gastos Publicidad (en millones de pesos)	1,6	1,2	0,9
Participación de Manpower en el mercado			
% del Personal Ocupado empleado por Manpower	16,9%	17,8%	15%
% sobre la Facturación (Market Share en \$)	18,1%	18,3%	15,7%
Representación geográfica			
Número de sucursales	84	77	69
Presencia en provincias argentinas	22	22	22
Atención al cliente			
Sucursales abiertas	10	3	0
Cantidad de Account Managers	14	15	14
Satisfacción del cliente ⁽¹⁾			
Cantidad de empresas encuestadas	602	573	530
Nivel general de satisfacción	7,6	7,9	7,9
Nivel de fidelidad favorable	94%	89%	91%
Nivel de recomendación favorable	94%	8,2 ⁽²⁾	8,25

1. En base al Estudio de Satisfacción de clientes realizado por la consultora SEL.

2. A partir de 2009 se cambió la metodología de respuesta de la siguiente manera: del 1 al 10 (donde 1 es nada probable y 10 bastante probable), y a partir del mismo se saca un promedio

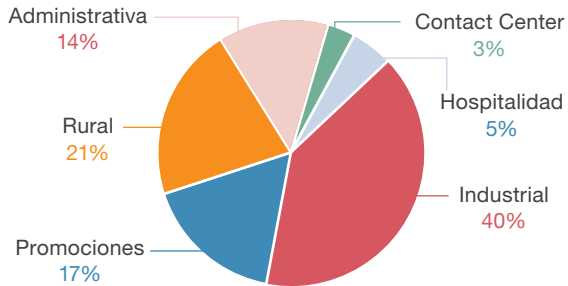
Estar cerca de nuestros clientes

Contamos con 69 sucursales en 22 provincias del país donde atendemos a empresas, candidatos y asociados.

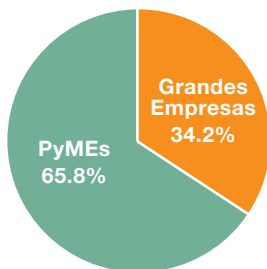
En 2010 comenzamos a implementar la primera etapa del “Branch Experience” (Experiencia de marca en sucursales), que busca generar espacios descontracturados a los clientes que visitan las sucursales a través de una ambientación que utiliza los colores de la marca y diseño de vanguardia.

Quiénes son nuestros clientes

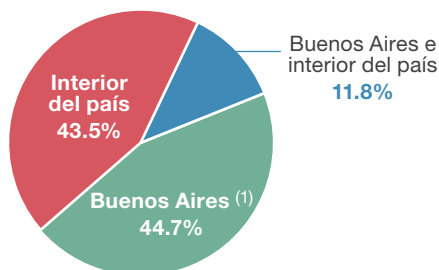
Clientes por unidad de negocio



Clientes por tamaño de empresas



Presencia de nuestras empresas cliente



1. Incluye clientes en Ciudad de Buenos Aires y GBA

Nuevos indicadores para medir la satisfacción del cliente

Estudio de satisfacción de clientes

Como todos los años, en abril y octubre realizamos junto a SEL Consultores el Estudio de Satisfacción de Clientes. La metodología implementada consiste en entrevistas presenciales con un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas a 530 empresas cliente.

Alineándonos a uno de los objetivos estratégicos del grupo de compañías Manpower denominado "The Manpower Experience", este año agregamos una pregunta a la encuesta para utilizar la métrica NPS (Net Promoter Score). Este indicador está ampliamente extendido y aceptado en el mundo, lo cual nos da la posibilidad de poder hacer comparaciones con el mercado y con nuestros competidores. El NPS mide el nivel de satisfacción con un determinado producto o servicio y se evalúa

a través de una única pregunta: "¿Qué tan probable es que Ud. recomiende los servicios de Manpower a un colega o amigo?" Las respuestas a la pregunta dan como resultado tres categorías:

- **Promotores:** Clientes cuyas experiencias han sido positivas y se encuentran dispuestos a recomendarnos (calificaciones 9 y 10).
- **Pasivos:** Clientes cuyas experiencias han sido satisfactorias pero se muestran indiferentes a recomendarnos (calificaciones 7 y 8)
- **Detractores:** Clientes cuyas experiencias han sido negativas y no nos recomendarían (calificaciones 1 a 6)

En base a estos resultados, el NPS es el porcentaje de clientes Promotores menos el porcentaje de los Detractores.

Resultados de 2010

1er. Semestre	2do. Semestre
Muestra: 266 clientes	Muestra: 328 clientes
Promotores: 34,9%	Promotores: 32,9%
Detractores: 27,7%	Detractores: 24,5%
NPS: 7%	NPS: 8,5%

Los principales resultados de la encuesta fueron los siguientes:

- Se alcanzaron altos niveles de satisfacción en atributos estructurales: velocidad de respuesta, seguridad jurídica, adecuación del personal, relación precio-calidad, respaldo económico y financiero, y comunicación fluida y personalizada.
- Se mantuvieron constantes los niveles de satisfacción, conservando las mejoras alcanzadas en 2009.
- 50% de los clientes se ubican dentro del segmento de "muy satisfechos", el 42% en "satisfechos" y el 8% restante serían los clientes "críticos".
- Los motivos por los cuales los clientes eligen a Manpower son principalmente por la calidad del servicio, y el prestigio y trayectoria de la marca.
- **El 95% de los clientes entrevistados recomendaría a Manpower.**

Mejora de procesos para la optimización de servicios a clientes

Como respuesta a las necesidades identificadas en los estudios de satisfacción del cliente, durante 2010 estuviémos trabajando en el proyecto "Optimización del servicio a clientes y asociados", junto a una consultora externa, para desarrollar mejoras en los procesos internos de alta de los clientes y cobertura de pedidos, como así también el servicio de atención de consultas y reclamos, para clientes, asociados y candidatos.

Canales de comunicación con nuestros clientes

Trabajo Contemporáneo. Nuestra revista cuatrimestral donde informamos a más de 2.500 clientes sobre novedades del sector de recursos humanos. Contamos con una sección dedicada exclusivamente al tratamiento de temas de responsabilidad social.

E-mail marketing. Envío de correo electrónico con comunicaciones especiales e invitaciones a encuentros con clientes.

Informes especiales. Realizamos informes especiales dirigidos a nuestros clientes sobre temas de interés relacionados con el mercado laboral y la gestión de los recursos humanos. Estos informes son enviados por correo electrónico y se encuentran en nuestro sitio Web: www.manpower.com.ar/downloads.asp.

Durante 2010 presentamos dos informes: “Escasez de Talentos 2010” y “Las redes Sociales vs. el Management.”

45° aniversario de Manpower Argentina

Comunicamos a nuestros clientes la presencia de la empresa en la Argentina desde 1965, y organizamos un encuentro para celebrarlo, al cual asistieron más de 200 invitados entre funcionarios de gobierno, organismos internacionales, directivos de empresas, líderes de organizaciones de la sociedad civil y gran parte de los equipos humanos de la compañía.

Recorrimos la historia de Manpower en Argentina a través de un video alusivo y reconocimos a nuestros clientes comprometidos como “**Socios en la Inclusión**”, en el marco de nuestra iniciativa “**Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo**”.



Encuesta de Expectativas de Empleo. Trimestralmente, medimos las intenciones de contratación de empleados en todo el mundo mediante la Encuesta de Expectativas de Empleo, basada en más de 61.000 entrevistas a empresarios de 36 países y territorios. Aproximadamente 800 se realizan en la Argentina.

Sitio web de Manpower Argentina. Nuestra página de Internet es un espacio clave para que nuestros clientes se mantengan informados sobre las novedades de la empresa y el sector. Todas las campañas institucionales fueron comunicadas en la página con banners destacados en la página de inicio.

Manpower en las redes sociales



Un desafío planteado para este año fue incrementar la interacción con nuestros públicos a través estos canales de comunicación. En septiembre de 2010 lanzamos nuestros perfiles corporativos en redes sociales: Twitter, Facebook, LinkedIn y YouTube.



De esta manera, ampliamos nuestras posibilidades de generar conversaciones con nuestros públicos clave, responder consultas, y compartir información corporativa y publicaciones de interés.

Comunicando el valor de la diversidad a nuestros clientes

Valoramos la diversidad porque ofrece a nuestra organización un rango más amplio de perspectivas y capacidades, lo cual representa una ventaja para nuestros accionistas, clientes, comunidades y demás partes interesadas.

Uno de nuestros objetivos empresariales es que nuestros clientes reciban el mejor talento, para que todos logren más de lo que imaginaron. Esto implica aprovechar cada vez más fuentes y poblaciones que tradicionalmente han tenido poca representación.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

Este año desarrollamos una pieza de comunicación online que enviamos a los grupos de interés luego del evento de reconocimiento a los “Socios en la Inclusión” con un mensaje orientado a concientizar acerca del valor de la diversidad en el ámbito laboral. Lo recibieron 1.000 contactos.

Durante 2010 organizamos 20 encuentros con nuestros clientes en todo el país con el objetivo de sensibilizar e involucrar cada vez a un mayor número de empresas en la temática de la inclusión y la diversidad e intercambiar experiencias.

8.

Candidatos y asociados

Nuestros asociados son las personas que seleccionamos para que trabajen para nuestros clientes y que hacen a la calidad del servicio que brindamos.

Mejora del servicio en sucursales

Comenzamos a implementar el programa “Look & Feel” (en español: “Mirar y Sentir”), el cual tiene como fin poder atender de forma más confortable a nuestros asociados y candidatos, a través de modificaciones edilicias y/o estéticas a nuestras sucursales. La idea es generar un ambiente ameno y agradable en donde todos puedan sentirse a gusto. Este año lo realizamos en tres sucursales: Avellaneda (Pcia. de Buenos Aires), Comodoro Rivadavia (Pcia. de Chubut) y Hospitalidad (Ciudad de Buenos Aires).

Asimismo, seguimos realizando visitas a todas nuestras sucursales por parte de los líderes de la Compañía para relevar la calidad con la que nuestros consultores brindan la “Experiencia del Candidato”. Este programa promueve una calidad de atención diferenciadora hacia todos aquellos que se acercan a nuestras oficinas. En 2010 se realizaron 150 visitas. Por otra parte, implementamos por primera vez acciones de *Mystery Shopping*, mediante las cuales postulantes ficticios comprueban que se cumplan los principales lineamientos que enuncia el programa.

En el marco de este programa, también llevamos a cabo dos módulos de capacitación a través de la modalidad E-Learning, relativas al lanzamiento de la versión 2.0 de la Experiencia del Candidato, la cual suma y repasa conceptos sobre cómo brindar una mejor experiencia. Fueron capacitados 463 colaboradores.

A su vez, comenzamos a distinguir a la Sucursal Estrella de la Experiencia del Candidato, reconociendo a aquella sucursal que se haya destacado consistentemente aplicando los lineamientos determinados por el programa. La sucursal reconocida como Estrella de la Experiencia del Candidato 2010 fue Sucursal Garín (Pcia. de Buenos Aires).

DESAFÍO 2010:

Optimizar los procesos de reclutamiento y pre-selección para aumentar nuestra eficiencia y la excelencia del servicio que brindamos a nuestros clientes, candidatos y asociados. Aplicar la versión 2.0 del Programa de la Experiencia del Candidato.

CUMPLIMIENTO:

“Durante el 2010 centramos nuestros esfuerzos en implementar la versión 2.0 del Programa de la Experiencia del Candidato con el objetivo de afianzar sus principios rectores para brindar a nuestros candidatos – a partir de la forma en la que trabajamos y actuamos – una experiencia positiva, diferenciadora y consistente en el tiempo.

Paralelamente, hemos continuado optimizando nuestras herramientas de reclutamiento y selección para aumentar la eficiencia de nuestros procesos y ser más atractivos ante clientes y candidatos.”

Cecilia Bologna - Gerente de Operaciones

Capacitación a los asociados para brindar un mejor servicio

Nuestro Centro de Capacitación y Desarrollo online (TDC), forma a los asociados en temáticas específicas para los diferentes puestos de trabajo, buscando así dar a nuestros clientes un mejor servicio y permitiendo el desarrollo de carrera de nuestros asociados. Este Centro cuenta con 5.000 horas de capacitación en 2.817 cursos

disponibles sobre diversos temas como por ejemplo “Habilidades de Negocios”, “IT” (Tecnología de la Información) y “Software para el usuario final”, entre otros.

El total de las personas que solicitaron una nueva clave de acceso para realizar los cursos online fue de 1.396, mientras que la cantidad de asociados que iniciaron alguno de nuestros cursos en 2010 fue de 204.

Asociados en cifras	2008	2009	2010
Número de Asociados	67.002	56.247	55.794
Evaluación de Desempeño del Asociado (El cliente evalúa al asociado)			
Evaluaciones de desempeño enviadas	14.738	13.439 ⁽¹⁾	17.329
Evaluaciones de desempeño recibidas	4.077	4.631 ⁽¹⁾	4.656
Cantidad de asociados premiados	697	549 ⁽¹⁾	633
Cantidad de asociados con puntaje mayor a 41/50 ⁽²⁾	n/d	n/d	978
Encuesta de Satisfacción de Asociados (El asociado evalúa a Manpower)⁽³⁾			
NPS (Net Promoter Score) – 1° Semestre	n/d	n/d	23,4%
NPS (Net Promoter Score) – 2° Semestre	n/d	n/d	33,7%
Seguridad e Higiene			
Visitas de relevamiento en empresas cliente	405	317	215
Clientes visitados	83	66	49
Visitas de capacitación	931	833	717
Asociados Capacitados	2.591	3.064	2.002
Centro de Capacitación y Desarrollo			
Cantidad de cursos online	3.093	3.093	2.817 ⁽⁴⁾

n/d: no disponible.

1. La diferencia en los valores con respecto al Reporte de RSC 2009 se deben a un error en el sistema al momento de relevar los datos en el proceso del año anterior.

2. Indicador generado en 2010.

3. Implementada desde 2010, por lo que no se cuenta con los valores de años anteriores.

4. Las diferencias interanuales corresponden al cambio en la oferta de cursos, siendo que unos se dan de baja y otros de alta en función de las necesidades de los asociados.

Evaluación de la satisfacción de los asociados

Durante 2010 implementamos la Encuesta de Satisfacción de asociados realizada por SEL Consultores y administrada desde la Dirección Regional de Sudamérica. Por este motivo, discontinuamos la Encuesta Nacional de Satisfacción Laboral que se administraba localmente, siendo que la finalidad de la misma era similar. Esta nueva encuesta nos brinda el indicador denominado NPS (Net Promoter Score), alineándonos así al grupo de empresas Manpower a nivel mundial.

Para más información sobre el significado del indicador NPS ver capítulo de Clientes, página 52.

Resultados de 2010

1er. Semestre	2do. Semestre
Muestra: 1.861 asociados	Muestra: 1.598 asociados
Promotores: 49,6%	Promotores: 53,4%
Detractores: 26,2%	Detractores: 19,6%
NPS: 23,4%	NPS: 33,7%

Durante el año 2010 se entregaron 633 Premios Manpower a la Excelencia, reconociendo de esta manera a aquellos asociados con excelente desempeño.



Entrega de "Premios Manpower a la Excelencia" a asociados de Luján de Cuyo, Mendoza.

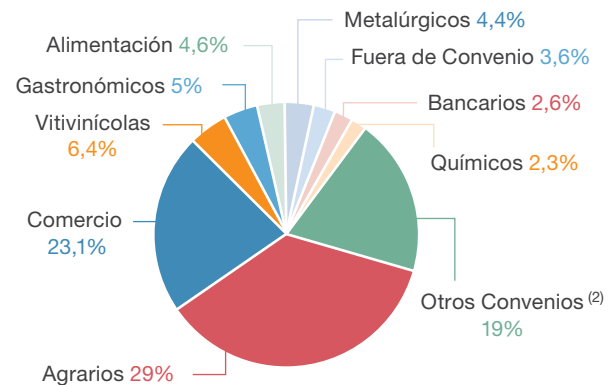
Convenios Colectivos que se aplican en nuestros negocios

En Manpower trabajamos con diferentes convenios dependiendo del sector donde se desempeña el asociado.

Manpower, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes sociedades: Cotecsud S.A.S.E., Benefits S.A., Ruralpower S.A., y Salespower S.A.

En el caso de Cotecsud, al ser una empresa de servicios eventuales, y por aplicación de lo dispuesto por el artículo 29 bis de la Ley de Contrato de Trabajo (20744), al trabajador permanente discontinuo se le aplica el mismo convenio que se aplica en la empresa usuaria del servicio. De esta forma, garantizamos a cada uno que tendrá los mismos derechos que el resto de los trabajadores de esa empresa. Por su parte, para las sociedades, Benefits y Salespower, al tratarse de empresas proveedoras de servicios tercerizados, el principio general es que el asociado estará regido por el convenio colectivo que rige la actividad de comercio, que es la que despliegan esas empresas. Por último, en el caso de Ruralpower, toda vez que se trata de una empresa que también utiliza como marco normativo para las contrataciones laborales al Régimen Nacional de Trabajo Agrario (22248), le resultan de aplicación las resoluciones que en tal sentido dicte la Comisión Nacional de Trabajo Agrario.

Convenios colectivos con asociados⁽¹⁾



1. Los datos publicados son de diciembre de 2010. No representan la actividad de todo el año.
2. Este grupo está compuesto por 74 diferentes convenios que representan cada uno menos del 2% del Total.

Salud y seguridad

Trabajamos en la sistematización de indicadores y control de la salud y seguridad de los asociados; al mismo tiempo que realizamos visitas, capacitaciones y brindamos información sobre esta temática para:

- Cuidar la seguridad de nuestros asociados.
- Reducir el índice de siniestralidad en las empresas cliente.
- Prevenir accidentes y lograr así un ambiente de trabajo seguro.
- Crear las bases estadísticas para medir nuestro desempeño y optimizar el trabajo.

En 2010 realizamos 215 visitas a nuestros clientes para evaluar los riesgos e índice de siniestralidad sobre las condiciones de los puestos de trabajo cubiertos por los asociados y aspectos generales de la empresa en relación a la gestión de salud y seguridad laboral.

Indicadores de Salud y Seguridad	2010
Indicadores de seguridad	
Cantidad de accidentes registrados	2.499
Días perdidos por accidentes	52.496
Duración media de los accidentes registrados ⁽¹⁾	21.01
Tasa de frecuencia ⁽²⁾	88.80
Tasa de gravedad ⁽³⁾	1865.4
Tasa de accidentes ⁽⁴⁾	4.48
Indicadores de salud	
Horas perdidas por enfermedad	388.623
Horas perdidas por enfermedad/cantidad de asociados ⁽⁵⁾	1.67
Tasa de enfermedad ⁽⁶⁾	1.38

1. Cantidad de días perdidos/cantidad de accidentes.
2. Cantidad de accidentes/cantidad de horas trabajadas*1000000.
3. Cantidad de días perdidos por accidentes/cantidad de horas trabajadas*1.000.000.
4. Cantidad de accidentes/ cantidad de trabajadores*100.
5. Promedio mensual de horas perdidas por enfermedad dividido el promedio de la cantidad de asociados en el año.
6. Cantidad de horas perdidas por enfermedad/cantidad de horas trabajadas*100.

Nuevos manuales sobre normas básicas de Seguridad e Higiene por Unidad de Negocio

Este año lanzamos los nuevos manuales de normas básicas de Seguridad e Higiene para el personal asociado⁽¹⁾ con información adaptada de acuerdo a los riesgos de cada actividad, y un diseño e imágenes que hacen referencia a cada unidad de negocio. A su vez, actualizamos la evaluación que el asociado debe responder una vez leído el manual.

Capacitación de salud en campamentos

Desde la Unidad de Negocios Rural, brindamos soluciones laborales para empresas de la agroindustria,

contribuyendo así al desarrollo económico y social de comunidades locales. Dentro de esta línea de negocio, en 2010 empleamos a más de 10.000 trabajadores y capacitamos a todos estos trabajadores en temas de seguridad e higiene y formación sanitaria con el objetivo de prevenir accidentes y/o enfermedades propias de las zonas rurales, una cuestión esencial para mejorar la empleabilidad de los trabajadores rurales.

En Jujuy realizamos 4 actividades de concientización y capacitación sobre la problemática del alcoholismo para 112 asociados de Manpower que prestan tareas en un importante complejo agroindustrial. Esta problemática presente en las zonas rurales, afecta a la empleabilidad de los trabajadores y la eficiencia de las empresas ya que genera altas tasas de ausentismo, situaciones de violencia y accidentes de trabajo, entre otros.

A partir de las capacitaciones realizadas, puede verse cada año cómo los trabajadores rurales son más conscientes de las responsabilidades y cuidados que deben tener con su salud, y cómo esto se traduce en mejores condiciones de trabajo para todos.

Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

Candidatos:

Nuestro objetivo es difundir nuestras propuestas laborales y lograr un mayor acercamiento con nuestros candidatos. Además, respondemos consultas y compartimos notas y eventos de interés para orientarlos en la búsqueda de empleo.

Contamos con distintos canales de comunicación que segmentamos en función del perfil laboral de los candidatos a reclutar: LinkedIn, Twitter, Facebook, Foursquare, Web de reclutamiento Manpower www.manpower.com.ar y web de reclutamiento Manpower Professional www.manpowerprofessional.com.ar

Asociados:

Nuestro objetivo es comunicar información de utilidad al personal asociado y responder a sus inquietudes y sugerencias, abriendo un canal de diálogo permanente con ellos.

- A través de LinkedIn, Twitter, Facebook y Youtube difundimos beneficios corporativos y novedades sobre el mundo laboral.
- En nuestra Web para Asociados además pueden acceder a información sobre su liquidación, descargar formularios y realizar trámites on-line de AFIP y ANSES.

1. Respuesta al desafío 2009 de Asociados que había quedado parcialmente contestado en el Reporte de RSC 2009: "Implementar manuales de Seguridad e Higiene para asociados – adaptados por Unidad de Negocio de la compañía."

9.

Proveedores



Manpower



Recepción de Casa Central de Manpower en Argentina

Transmitimos a nuestros proveedores la importancia de la gestión responsable del negocio

Como ya venimos haciendo hace tres años, organizamos un nuevo encuentro de diálogo con proveedores, esta vez, en Santiago del Estero. Además, realizamos en nuestro Centro de Entrenamiento un Taller anual sobre Gestión de Responsabilidad Social Corporativa para proveedores donde 6 participantes fueron capacitados en Sustentabilidad, nuevas tendencias y mejores prácticas en gestión responsable del negocio. Completaron además, un ejercicio teórico-práctico donde pudieron evaluar a sus propias empresas en el desempeño con cada grupo de interés.

Por su parte, este año el 95% de los nuevos proveedores gestionados por el departamento de Compras firmaron la Carta de Adhesión a nuestro Código de Conducta, generando valores compartidos.

Asimismo, invitamos a nuestros proveedores al evento anual de la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”, donde celebramos el 45° aniversario de Manpower en Argentina y les enviamos periódicamente información sobre nuestros programas de RSC.

DESAFÍO 2010:

Expandir nuestra gestión actual con la cadena de valor, y brindar mayor información y posibilidades a nuestros clientes internos y proveedores. Desarrollar políticas y procedimientos con herramientas tecnológicas que ayuden a automatizar los procesos, fomentando programas de sustentabilidad y generando nuevos espacios de escucha activa.

CUMPLIMIENTO:

“Durante 2010 hemos encarado profundos cambios a los efectos de mejorar nuestra gestión y la sinergia entre los sectores de la compañía. Hemos automatizado procesos, desarrollando e implementando herramientas que nos ayuden a gestionar más eficientemente.

Con nuestros proveedores, hemos iniciado un proceso de diálogo en el interior del país, permitiendo relevar expectativas, ampliar el público y revisar las distintas realidades que afectan a cada uno. Adicionalmente, hemos realizado capacitaciones de RSC para proveedores a fin de ayudarlos a detectar oportunidades de desarrollo en sus empresas, y cómo implementarlas.”

Marcelo Roitman - Director de Administración y Finanzas

Proveedores en Cifras	2008	2009	2010
Cantidad			
Total	2.708	2.550	3.034
Cotecsud S.A.S.E	1.490	1.278	1.721
Benefits S.A.	423	389	477
Ruralpower S.A	683	655	578
Right Management Argentina S.A	50	50	48
Salespower S.A.	62	178	200
Pago a proveedores (en pesos)			
Total	90.821.350	91.550.502	84.024.189
Cotecsud S.A.S.E	48.510.609	41.051.467	44.052.772
Benefits S.A.	9.162.967	7.339.881	7.640.741
Ruralpower S.A	32.337.934	38.420.278	29.771.111
Right Management Argentina S.A	402.323	778.059	691.890
Salespower S.A.	407.515	3.960.817	2.559.565
Código de conducta			
% de los nuevos proveedores gestionados por el área de compras que firmaron la carta de adhesión	89%	93%	95%
Cantidad de proveedores que firmaron la carta de adhesión	80	97	106
Visitas a proveedores			
Cantidad de visitas a empresas proveedoras	40	55	45
Provincias visitadas	8	8	5
Gestión de la jefatura de compras			
Cantidad de proveedores incorporados a la base de la jefatura de compras	107	108	112
Total acumulado de proveedores gestionados por la jefatura de compras	142	250	362
% de proveedores gestionados por compras vs. cantidad total de proveedores	5%	10%	12%
% de presupuesto gestionado por compras vs. pagos consolidados de compras a proveedores	22 %	42%	48%

Trabajo del área de Compras

Las actividades del área de Compras están orientadas principalmente a continuar incorporando nuevos rubros y empresas proveedoras a nuestra gestión, ya que el objetivo final es lograr manejar desde Compras entre 80% y 90% del monto pagado al total de proveedores.

Es por ello que los principales objetivos del departamento durante 2010 fueron:

- Incluir nuevos rubros, sectores y proveedores a la gestión del departamento.
- Hacer más eficientes los procesos, logrando optimizar tiempos y costos de gestión.
- Continuar implementando indicadores de gestión, que nos permitan medir el grado de avance.

Para lograr los objetivos planteados desarrollamos las siguientes acciones:

- Incorporamos 5 nuevos rubros a la gestión del departamento de Compras
- Ampliamos la cantidad de proveedores con contrataciones efectivas dentro de 13 rubros existentes.
- Sumamos 112 proveedores con contrataciones efectivas a nuestra gestión.
- Obtuvimos una mayor participación en el presupuesto total del departamento en relación al monto total de pago a proveedores.
- Organizamos un encuentro de diálogo en Santiago del Estero.
- Implementamos indicadores globales del departamento de Compras que fueron compartidos con casa matriz y cuyos resultados son informados mensualmente, entre los que se encuentra el porcentaje de proveedores que han firmado la Carta de Aceptación adhiriendo a los principios de nuestro Código de Conducta.

Evaluación de proveedores

Evaluamos a nuestros proveedores en aspectos que van más allá de los requerimientos legales y económico-financieros. Consideramos aspectos relacionados con los recursos humanos, higiene y seguridad, tecnología y calidad de sus productos y servicios.

En los rubros relacionados a servicios donde el componente fundamental es la mano de obra (ej: mensajería), se realizan verificaciones mensuales de la documentación presentada por los proveedores sobre las obligaciones que deben cumplir en lo impositivo-legal-laboral.

El resultado de las evaluaciones se consolida en un archivo central el cual es la herramienta clave para diagramar el seguimiento para cada proveedor y la estrategia del proceso para el año próximo: la incorporación de

nuevos proveedores, los temas a evaluar, los procesos administrativos, entre otros.

Seguimos visitando a nuestros proveedores

En el marco del proceso de evaluaciones a proveedores, visitamos a 45 proveedores de Santiago del Estero, Catamarca, Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires con el objetivo de afianzar y profundizar las relaciones, además de detectar oportunidades de nuevos o mejores negocios compartidos.

Compras inclusivas

Este año trabajamos en que nuestros compradores identificaran proveedores pertenecientes a sectores vulnerables de manera de generar un impacto social positivo con nuestra cadena de valor. Es así como en 2010 incorporamos dos proveedores con este perfil: MediaPila y Red Activos.

Cada vez más cerca de nuestros proveedores

Seguimos trabajando en lograr una mejor comunicación con nuestros proveedores. Los ya incorporados dentro de la gestión del departamento de Compras cuentan con un canal específico de contacto con Manpower. Los nuevos reciben además una serie de documentos para su alta (uno de ellos es nuestro Código de Conducta), y son visitados por los miembros del área.

Esto permite establecer y desarrollar relaciones basadas en la reciprocidad y sustentabilidad, ambos valores que nuestro departamento de Compras tiene como base en su gestión.

Para una mayor transparencia y credibilidad en el proceso de diálogo con proveedores, seguimos el estándar de Relación con Grupos de Interés AA1000SES, de la Serie AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical Accountability, UK), contando con un facilitador externo que fue también el responsable del relevamiento de las expectativas.

<http://www.accountability.org/aa1000ses>

Diálogo con proveedores

Desde 2008 comenzamos un proceso de diálogo cara a cara con nuestros proveedores para mejorar nuestra gestión partiendo de la escucha activa de sus expectativas.

En 2010 decidimos ir por primera vez al interior del país. El lugar elegido fue Santiago del Estero por la relevancia de los proveedores en el sector rural. El encuentro fue el 4 de octubre con la participación de 10 proveedores, logrando el 70% de la convocatoria teniendo en cuenta que algunos se movilizaron más de 200 km.

El diálogo permitió detectar oportunidades de mejora en la gestión con los proveedores rurales en pos del beneficio mutuo. En este encuentro surgieron expectativas y opiniones de los proveedores sobre las que estamos internamente trabajando para generar procesos de mejoras en la relación con proveedores las cuales les serán comunicadas a los participantes de este encuentro.

Áreas de responsabilidad para el criterio de elaboración de respuestas a los grupos de interés



Expectativas	Respuesta
Mejorar el servicio de pagos a proveedores rurales en relación a la facturación e interlocutores de la empresa, abordando la revisión de los procesos de recepción, control, autorización y pagos de facturas.	Trabajar para identificar oportunidades de mejora en el circuito de pagos a proveedores rurales, mapeando los actores intervinientes y sus responsabilidades, para poder abordar un proceso de trabajo que optimice este circuito.
Lograr una comunicación más fluida entre los proveedores rurales y Manpower en el proceso de cobranzas.	Identificar dentro del proceso de relacionamiento con proveedores un actor clave que centralice o que sea referente para el proceso de cobranzas con los proveedores rurales.
Contar con previsibilidad acerca del volumen de negocios y fechas de contratación.	Si bien entendemos la importancia de este factor para nuestros proveedores, la información solicitada escapa de nuestra esfera de influencia directa, ya que depende de terceros.
Dar continuidad en talleres con foco en atención primaria de salud y prevención en la zona de Atamisqui, evaluando la posibilidad de incorporar referentes de la comunidad aborígen "Diaguita" de Puerta Grande.	A inicios de 2011 se relevarán comunidades de Atamisqui en el marco del programa "Huella Solidaria". La posibilidad de desarrollar el ciclo de formación sanitaria en cada lugar está supeditada al compromiso semestral asumido voluntariamente por cada comunidad.



Capacitación en RSC a proveedores

10.

Gobierno



Participación en instancias de articulación público-privadas para contribuir con la gestión de políticas públicas

Buscamos incidir en los procesos de políticas públicas aportando todo nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo. En 2010 trabajamos junto a:

- Red de Empresas contra el Trabajo Infantil. CONAETI. Ministerio de Trabajo de la Nación.
- Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad. Unidad de Empleo para personas con discapacidad. Ministerio de Trabajo de la Nación.
- Dirección de Readaptación Social, Ministerio de Justicia de la Nación.
- Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego.
- Ministerio de Desarrollo Social, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Oficinas de empleo de los municipios de Bahía Blanca y Pergamino (Pcia. de Bs. As.), Rosario de Lerma (Pcia. de Salta).

Acuerdo con CIPPEC

En el marco del convenio firmado con Fundación CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento), este año participamos en la realización del estudio “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”. *Para más información ver el programa “Mayores Talentos”, página 38.*

A su vez, en 2010 continuamos acompañando a CIPPEC en los “Diálogos de Protección Social” que buscan impulsar el debate social y político respecto a las mejores formas de enfrentar aspectos críticos de la situación social del país. En particular, apoyamos el encuentro sobre “Organización social del cuidado: la situación argentina a la luz de la experiencia latinoamericana” con la presencia de Laura Pautassi (CONICET – Facultad de Derecho, UBA) y Carina Lupica (Fundación Observatorio de la Maternidad).

Incidencia en políticas públicas a partir de asociaciones con cámaras empresarias

En este sentido integramos:

- El Consejo Directivo de la **Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario (FAETT)**. Esta entidad gestiona ante organismos públicos, nacionales, provinciales, municipales y organizaciones privadas, acciones tendientes a institucionalizar la actividad de

las empresas del sector. Para mayor información ver: www.faett.org.ar

- La **Cámara Argentina de Empresas de Servicios Empresariales Especializados y Complementarios (CASEEC)**, siendo nuestro Director General su Vicepresidente 1°. La misión de la entidad consiste en ser referente para la generación de las condiciones que permitan la adecuada prestación de servicios especializados, en beneficio de una mayor eficiencia y competitividad del sector empresarial. Para mayor información ver: www.caseec.com.ar
- La Comisión Directiva del **Consejo Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)**, a través de nuestro Director General en calidad de Vocal. Este espacio permite consensuar posiciones empresarias en cuestiones relativas a la contribución del sector privado al desarrollo sostenible; participando en la generación de políticas públicas para crear las condiciones del entorno adecuadas para hacer efectiva esa contribución - trabajando con gobierno, sociedad civil y organizaciones intergubernamentales. Para mayor información ver: www.ceads.org.ar

formación laboral y orientación para la búsqueda de empleo de manera gratuita dirigidos a ciudadanos desempleados que participan en programas de formación y capacitación implementados por áreas de gobierno.

Así, buscamos propiciar el acercamiento a nuestras oficinas para realizar procesos de entrevista, evaluación y capacitación con el objetivo de promover la inserción laboral de estas personas.

En 2010, trabajamos junto a:

- Ministerio de Desarrollo Social de la provincia de Tierra del Fuego
- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
 - . Dirección de la Mujer.
 - . Casa Flores
- Dirección de Readaptación Social, Ministerio de Justicia de la Nación.
 - . Unidades Carcelarias 3 y 31 de Ezeiza.

Para más información ver programas “La mujer en la empresa contemporánea” y “Juntos por los jóvenes”, páginas 34 y 37.

Fortalecimiento de la gestión de Oficinas de Empleo y Programas Sociales de inclusión laboral

Propiciamos el intercambio de información y la articulación de actividades de formación entre las sucursales Manpower y los funcionarios de áreas de gobierno con responsabilidades relativas a empleo e inclusión laboral.

Para ello, generamos espacios de diálogo e intercambio entre funcionarios de gobierno involucrados en temáticas de empleo y colaboradores de Manpower sobre: el mercado laboral local, los puestos más demandados, requerimientos de las empresas y necesidades de formación de las personas.

Actividades para mejorar la empleabilidad, y facilitar la búsqueda y obtención de empleo de personas en situación de vulnerabilidad

Desarrollamos acciones de formación para personas en situación de vulnerabilidad. Empleados de Manpower, en su rol de voluntarios corporativos, dictan talleres de



De izq. a der.: Alfredo Fagalde, Director General de Manpower, Fernando Straface, Director Ejecutivo de CIPPEC, y Tomás Olivieri Acosta, Director Ejecutivo de la Asociación Civil Diagonal en la firma del acuerdo.

11.

Medioambiente



El equipo de sucursal Administrativa Zona Norte con sus ecobolsas de Red Activos como agradecimiento por su participación en la campaña de reciclado de basura electrónica

Medioambiente en cifras

En 2010 comenzamos a medir nuestros consumos y a conocer nuestras emisiones de CO₂, a partir de indicadores internacionales.

Emisiones Indirectas de CO ₂	Consumo en 2010	Emisiones de CO ₂
Viajes en avión		
Tramos h/452 (en km)	1.125	0,65 TnCO ₂ e ⁽¹⁾
Tramos h/1600 (en km)	372.187	15.831,85 TnCO ₂ e ⁽¹⁾
Tramos mayores de 1600 (en km)	38.442	27,80 TnCO ₂ e ⁽¹⁾
Energía eléctrica (KWh) (2)	1.293.469	391.921,11 CO ₂ /KWh ⁽³⁾
Gas Natural (m3) (4)	10.223	22.388,37 Kg CO ₂ /m ³ ⁽⁵⁾
Agua (m3) (6)	11.712	-

1. Fuente: World Resources Institute (2008). GHG Protocol tool for mobile combustion Version 2.0.

2. Alcance: 76 locaciones de 82. De las faltantes no tenemos registro ya que las abonan los propietarios directamente, se pagan con el alquiler, o son propiedades muy recientes.

3. Fuente: Factor para 2006 de Argentina. World Resources Institute (2009) GHG Protocol tool for stationary combustion. Version 4.1.

4. Alcance: 100% de las locaciones de Manpower, 12 locaciones de 82 tienen el servicio de gas natural.

5. Fuente: 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventor.

6. Alcance: 8 locaciones de 82, ya que en la mayoría de las provincias el servicio es por m² (superficie del terreno) y no por m³ (consumo). Las locaciones están compuestas por: oficinas centrales, oficinas regionales, sucursales, sucursales virtuales, centros de reclutamiento, sites para clientes y depósitos.

Consumo y reciclado de materiales de oficina	2008	2009	2010
Reciclado de papel (en kilos)	4.350	687	2.593
Compra de papel resma (en kilos) (1) (2)	28.855	24.434	23.666
Compra papel resma por empleado (en kilos) (2)	39	34	32
Compra de papel sanitario (en kilos)	n/d	3.589	3.938
Reciclado de tapitas de plástico (en kilos)	n/d	36	13
Reciclado de tóners (en cantidad)	185	283	234
Compra de tóners (en cantidad)	n/d	175	114
Porcentaje de tóners utilizados que son reciclados	n/d	62%	67%
Reciclado de basura electrónica (en kilos)	n/d	n/d	1.240

n/d: no disponible.

1. Para su cálculo, se consideró como promedio un peso de 2,4 kg para cada resma.

2. Los números volcados para 2008 y 2009 fueron modificados respecto a su publicación en el Reporte de RSC 2009 por una corrección del cálculo.

Conscientes de nuestro impacto ambiental, medimos y gestionamos el consumo de recursos

Nuestra tradición de responsabilidad para con las comunidades a las que brindamos nuestros servicios demuestra que nos esforzamos constantemente para reducir el impacto ambiental.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

Buscamos desarrollar nuestras acciones con respeto y consideración por el medioambiente. Como una organización de servicios, nuestras operaciones están completamente basadas en oficinas. Por consiguiente, nuestro impacto ambiental es pequeño comparado con el de las compañías manufactureras. Sin embargo, hasta los negocios basados en oficinas tienen la oportunidad de impactar positivamente en el ambiente, especialmente una empresa con 69 sucursales en todo el país.

Sabemos que podemos desempeñar un papel clave y tener un impacto positivo en el medio ambiente al ser ejemplo de buenas decisiones y aprovechar las oportunidades para alentar a nuestros empleados, proveedores, asociados y otros a que lleven a cabo una gestión ambiental responsable. De esta manera, estamos permanentemente aprendiendo más y mejores maneras de ir más allá del cumplimiento de las leyes y las normas ambientales que nos conciernen; ayudando a crear comunidades más sustentables donde vivir y trabajar.

** Párrafo extraído del Código de Conducta*

Nuestra gestión ambiental está principalmente enfocada en el principio de “reducir, reutilizar, reciclar”, donde estamos trabajando para sistematizar y medir nuestros consumos de electricidad, agua, gas y materiales de oficina, y así poder gestionar el uso eficiente de estos recursos.

Creemos que con estas iniciativas podremos minimizar nuestro impacto ambiental, y contribuir a formar comunidades más sustentables y a un mejor ambiente para vivir y trabajar.

Reciclado de papel y plástico

Desde 2004 participamos del programa de reciclado de la Fundación Garrahan. Recolectamos papel y tapitas de plástico en nuestras oficinas para ayudar con el funcionamiento de la Casa Garrahan, y mejorar la salud de niños de bajos recursos.

Con la participación activa de nuestros empleados en 2010 recolectamos 5.250 tapitas de plástico y 2.593 kilos de papel, que evitaron la tala de 44 árboles.



Material donado en la campaña de reciclado de basura electrónica

Campañas internas de concientización ambiental

Durante 2010 realizamos dos campañas de concientización sobre el cuidado del medioambiente entre nuestros empleados para que se involucren activamente con acciones en la oficina y en sus hogares:

Manejo cuidadoso y responsable

En Manpower contamos con una flota de 120 vehículos que generan un gran impacto sobre el medioambiente. Por tal motivo, organizamos una campaña de concientización entre todos los conductores y empleados con consejos útiles para manejar de manera más cuidadosa, eficiente y responsable con el medioambiente.

Reciclado de basura electrónica

Cuando los equipos electrónicos ya no son considerados útiles y son desechados, se convierten en residuos electrónicos, contaminantes y peligrosos para la salud. Por esto, gracias al aporte de voluntarios de todo el país recolectamos, en el marco de la campaña por el día del medioambiente, 800 kilos de basura electrónica que fueron donados a las Fundaciones Equidad (Buenos Aires) y Nodo Tau (Rosario).

Gestión de residuos

Remanufacturación de tóners

Contamos con un proceso cerrado de compra, remanufacturación de tóners y venta de carcasas vacías no reutilizables, implementado a nivel nacional, el cual se basa en la recarga de los cartuchos con tintas originales siguiendo los reglamentos de la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. Como resultado, incrementamos el porcentaje de tóners utilizados que son reciclados al 67% en 2010.

Donación de mobiliario

Participamos de la iniciativa "Todo sirve" de la Fundación Uniendo Caminos (www.uniendocaminos.org.ar) y MercadoLibre. A través de la Intranet de la empresa informamos a todos nuestros empleados la forma de donar mobiliario y objetos en desuso, tanto personales como corporativos.



Uso racional de energía

Dentro de nuestras iniciativas de ahorro de energía para la preservación del medio ambiente destacamos las siguientes:

- Apagado de luces al retirarse de cada ambiente.
- Utilización de los aires acondicionados a 24°C.
- Apagado de carteles luminosos en horarios no visibles.
- Cierre de puertas en espacios no ocupados para conservar la refrigeración.
- Apagado de monitores cuando no se utilizan la computadoras.

A su vez, este año comenzamos a medir el consumo de electricidad de todas nuestras oficinas del país con el objetivo de poder conocer el impacto de las acciones de concientización y prevención que aplicamos en la empresa.

12.

Logros y desafíos



Colaboradores del departamento de Asuntos Legales de Manpower Argentina

Desafío 2010	Grado de Cumplimiento	Acciones implementadas en 2010 para su cumplimiento
Cientes		
Avanzar en diseño e implementación de servicios de consultoría en Discapacidad como propuesta de valor integral para las empresas con interés en profundizar el compromiso con la inclusión.		Se llevó a cabo el diseño y la planificación de la consultoría en discapacidad, logrando su implementación en 4 empresas cliente.
Incrementar la interacción de Manpower con sus diversos públicos a través de redes 2.0 (Twitter, Facebook, y LinkedIn)		Lanzamos nuestros perfiles corporativos en Twitter, Facebook y LinkedIn abriendo nuevos canales de diálogo e intercambio con nuestros grupos de interés.
Trabajar fuertemente sobre los resultados de la encuesta a clientes 2009 aspirando a elevar más aún algunas de las calificaciones obtenidas en atributos centrales a nuestros servicios.		En la encuesta a clientes 2010, se alcanzaron altos niveles de satisfacción en atributos estructurales, conservando las mejoras alcanzadas en 2009.
Candidatos y Asociados		
Optimizar los procesos de información y control de nuestra nueva aseguradora de riesgos del trabajo.		Realizamos todos los procesos que garantizaron el funcionamiento de la nueva compañía aseguradora.
Implementar el programa global de Manpower de la Experiencia del Candidato, con el propósito de brindar a nuestros candidatos una experiencia diferenciadora, aplicando su versión 2.0.		Se brindaron herramientas a gerentes y supervisores para liderar en la aplicación de la Experiencia del Candidato. Asimismo, se reforzaron los conceptos generales de este Programa y se informaron nuevos lineamientos a todos los empleados de la compañía para que brinden una experiencia diferenciadora a los candidatos.
Empleados		
Continuar desarrollando nuestro Plan Integral de Conciliación fortaleciendo el rol del Comité y atendiendo especialmente a los colectivos de riesgo		El Comité de Conciliación continuó con su esquema de reuniones mensuales y desarrolló espacios de monitoreo y seguimiento del Plan Integral de Conciliación enfocándose especialmente en los colectivos de riesgo. Realizamos encuestas y grupos de enfoque.
Implementar un Programa Nacional de Reconocimientos para el personal.		Diseñamos conjuntamente con un grupo interdisciplinario y de distintos niveles jerárquicos el Programa Nacional de Reconocimientos que será implementado en 2011.
Conformar un equipo multidisciplinario, de trabajo con el objetivo de realizar un diagnóstico de la cultura organizacional referido al cumplimiento de procesos y de la palabra.		Realizamos el relevamiento y análisis, y lanzamos el programa apoyado por medio de campañas comunicacionales, talleres de reflexión y seguimiento, abarcando a toda la organización.
Implementar el Programa de Liderazgo Manpower para todos los niveles de mando de la organización.		43 Gerentes y Directores participaron de este Programa que incluyó instancias de capacitación, monitoreo y coaching. Además, 25 Jefes de casa central asistieron a una reunión donde se expuso el Modelo Global de Liderazgo de Manpower y se realizaron actividades de concientización. Los Supervisores de sucursales recibieron esta capacitación de parte de sus Directores y Gerentes.

Realizado

En proceso

Pendiente

Desafío 2010	Grado de Cumplimiento	Acciones implementadas en 2010 para su cumplimiento
Proveedores		
Avanzar en la detección y análisis de emprendimientos de grupos vulnerables a ser incorporados como organizaciones proveedoras bajo una perspectiva de compras inclusivas y responsables que fomenten el desarrollo local.		Incorporamos a dos proveedores bajo este perfil: MediaPila y Red Activos.
Desarrollar encuentros de Diálogo con Proveedores y de Capacitación en temas de Sustentabilidad.		Organizamos un diálogo en Santiago del Estero con 10 proveedores locales y una capacitación en temas de RSC en Buenos Aires de la que participaron 6 proveedores.
Implementar un sistema para automatizar procesos y datos, obteniendo información más precisa y fidedigna.		Analizamos sistemas ya existentes en el mercado y comenzamos a trabajar en el desarrollo de un módulo propio, cuya expectativa de implementación es 2011.
Comunidad		
Lanzar un Programa de reinserción laboral con foco en personas mayores de 45 años en alianza con organizaciones socias.		Lanzamos el Programa "Mayores Talentos. Valorando la experiencia" en alianza con Asociación Civil Diagonal y Fundación CIPPEC.
Fortalecer el trabajo comunitario en torno a la problemática del trabajo infantil en las comunidades rurales de Mendoza.		Realizamos un relevamiento y censo de la comunidad y dos instancias de diagnóstico participativo en la comunidad rural mendocina de Calise (Tupungato).
Desarrollar un ciclo de actualización para voluntarios sobre temáticas de inclusión laboral y diversidad.		Realizamos, entre marzo y noviembre, encuentros mensuales de intercambio y formación junto a Asociación Civil Diagonal, Fundación SES, Asociación Civil Doncel y Fundación Cimientos. Participaron 61 voluntarios de Ciudad de Buenos Aires y GBA.
Medioambiente		
Realizar una campaña de concientización en seguridad vial e impacto ambiental de los vehículos corporativos.		Realizamos una campaña sobre manejo responsable y cuidadoso con el medio ambiente a través de una pieza gráfica con consejos que se distribuyó a los empleados que manejan vehículos corporativos.
Realizar una campaña de concientización sobre disposición de basura electrónica, propiciando la reutilización y el reciclado por parte de organizaciones sociales dedicadas a tal fin.		Para el Día Internacional del Medio Ambiente realizamos una campaña de recolección de basura electrónica en casa central y todas las sucursales.
Gobierno		
Avanzar en la contribución al debate sobre políticas públicas con especial énfasis en las problemáticas del colectivo de personas mayores de 45 años desempleadas, a través del apoyo al trabajo de organizaciones socias y la instalación del tema en la agenda de entidades y asociaciones que integramos.		Acompañamos a Fundación CIPPEC y a la Asociación Civil Diagonal en la investigación "Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad".

Realizado

En proceso

Pendiente

Desafíos 2011

CLIENTES	Expandir nuestro portafolio de soluciones innovadoras en recursos humanos a través del desarrollo de propuestas de valor agregado, basadas en una acabada comprensión de la estrategia de negocio y necesidades de nuestros clientes.
	Ofrecer un servicio de atención telefónica centralizado y estandarizado para clientes y asociados, para canalizar sugerencias, consultas y reclamos; con el fin de ampliar los canales de diálogo ofrecidos manteniendo una comunicación más fluida con nuestros públicos clave.
	Generar una herramienta de comunicación digital para acercar a nuestros clientes información valiosa acerca del mundo del trabajo, basándonos en nuestro conocimiento y experiencia.
CANDIDATOS Y ASOCIADOS	Mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).
	Reemplazar nuestro portal web de reclutamiento por una plataforma más amigable para nuestros candidatos y más eficiente para nuestros selectores.
EMPLEADOS	Formar el Comité de Diversidad de Manpower con el objetivo de institucionalizar un espacio permanente de intercambio y formación para promover la gestión de la diversidad dentro de la organización.
	Desarrollar un plan de capacitación a líderes para acercarles herramientas que les permitan gestionar la conciliación de la vida laboral y familiar en sus equipos.
	Implementar la primera etapa del programa “Fomentando Espacios de Aprendizaje”, dirigida a los Instructores Internos de la compañía, con el objetivo de garantizar la coordinación y la alineación a los estándares de capacitación de Manpower.
PROVEEDORES	Continuar con el programa de visitas a proveedores, con el fin de detectar oportunidades de beneficio conjuntas.
	Lanzar un Newsletter dirigido a nuestros proveedores con información sobre temas de sustentabilidad para acercarlos a la temática y establecer valores compartidos como base para la relación.
	Revisar y optimizar nuestros procedimientos y herramientas, para lograr la mejora de eficiencia y automatización de procesos, desarrollando mejores prácticas.
COMUNIDAD	Mantener o superar el involucramiento del 20% de staff de Manpower como voluntarios corporativos y que el 20% de los voluntarios sea, a su vez, mando de la organización.
	Ampliar la oferta de capacitación para candidatos con discapacidad, afianzando la Escuela de Formación Laboral y replicando los cursos en el interior del país.
MEDIOAMBIENTE	Designar un referente interno que coordine la gestión ambiental de la compañía y elabore un plan de acción.
	Profundizar la medición de indicadores que nos permitan avanzar en la gestión ambiental.
GOBIERNO	Fortalecer el relacionamiento con Oficinas de Empleo y nuestra contribución como expertos en el mundo del trabajo, en programas sociales de inclusión laboral.
	Sostener la participación activa en el Consejo de Directivos de Asuntos Públicos de CIPPEC para incidir en la formulación de políticas públicas a través de una organización referente, contribuyendo al fortalecimiento de su rol.

13.

Tabla de indicadores
GRI y comunicación
sobre el progreso
2010



Colaboradores del departamento de Impuestos de Manpower Argentina

- /// Reportado
- /// Parcialmente reportado
- /// No reportado

Este Reporte de Sustentabilidad 2010 de Manpower Argentina fue elaborado siguiendo los principios e indicadores propuestos por la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI – Global Reporting Initiative),

alcanzando un Nivel de Aplicación “B”.



Los indicadores marcados en azul muestran el cumplimiento con los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Principios del Pacto Global de Naciones Unidas

- Principio 1** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente.
- Principio 2** Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de abusos a los derechos humanos.
- Principio 3** Las empresas deben sostener la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a celebrar contratos colectivos de trabajo.
- Principio 4** Las empresas deben sostener la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio.
- Principio 5** Las empresas deben sustentar la abolición efectiva del trabajo infantil.
- Principio 6** Las empresas deben sostener la eliminación de discriminación respecto del empleo y la ocupación.
- Principio 7** Las empresas deben apoyar un abordaje cauteloso de los desafíos ambientales.
- Principio 8** Las empresas deben implementar iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9** Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que no dañen el medioambiente.
- Principio 10** Las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el pago de sobornos.

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
1. VISIÓN Y ESTRATEGIA			
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	///	8
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	///	8-9, 13-15, 17, 68-71
2. PERFIL			
2.1	Nombre de la organización.	///	4
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	///	4-5
2.3	Estructura operativa de la organización.	///	4-5
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	///	(1)
2.5	Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.	///	6
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	///	(2)
2.7	Mercados servidos.	///	5-7, 52
2.8	Dimensiones de la organización informante.	///	6-7
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	///	(3)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	///	21
3. PARÁMETROS DEL REPORTE			
Perfil del Reporte			
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el Reporte.	///	10
3.2	Fecha del Reporte anterior más reciente.	///	(4)
3.3	Ciclo de presentación de Reportes.	///	(4)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	///	78-79
Alcance y cobertura del Reporte			
3.5	Proceso de definición del contenido del Reporte.	///	10-11
3.6	Cobertura del Reporte.	///	10-11
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Reporte.	///	10-11
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	///	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	///	7, 28, 34, 44, 51, 52, 56, 57, 65
3.10	Efecto de la reexpresión de información de Reportes anteriores.	///	(5)

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte.		///	(6)
Índice del contenido GRI			
3.12 Tabla de contenidos GRI.		///	72-77
Verificación			
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.			11, (7)
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.1 Estructura de gobierno de la organización.		///	12-13, (8)
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		///	(9)
4.3 Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.		///	(10)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.		///	14, (11)
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido su desempeño social y ambiental.		///	14
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.		///	13, 15-16
4.7 Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.		///	13
4.8 Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.		///	4, 15-16
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.		///	13
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.		///	13
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Principio 7	///	8, 17, 34, 71
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.		///	10, 18-20, 27, 30-41, 53, 60-63, 67
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		///	19, 20, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 62-63

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
4.14 Relación con los grupos de interés que la organización ha incluido.		///	10-11, 23-25
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		///	10-11, 23-25, (12)
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.		///	11, 14-15, 28-29, 46-49, 51-53, 56, 57, 61
4.17 Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.		///	11, 46, 47, 52, 55, 56, 61, (13)

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

Enfoque de Gestión		Estado del Indicador	Pág.
EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido.	///	6-7, 59
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	Principio 7 ///	(14)
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	///	(15)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	///	(16)
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Principio 1 ///	(17)
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	///	(18)
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Principio 6 ///	(19)
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	///	7, 26-41
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	///	17-20, 27-41, 60, 62-63

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

Enfoque de Gestión		Estado del Indicador	Pág.
Empleo			
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	///	43
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Principio 6 ///	43
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	///	(20)

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
Relaciones empresa/trabajadores			
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Principios 1 y 3	/// (21)
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	Principio 3	/// (22)
Salud y seguridad en el trabajo			
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	Principio 1	/// n/d
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas.	Principio 1	/// 57
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	Principio 1	/// 40-41, 46, 48, 57
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Principio 1	/// (23)
Formación y educación			
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.		/// 44
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.		/// 44-45
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.		/// 45
Diversidad e igualdad de oportunidad			
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, edad y pertenencia a minorías.	Principios 1 y 6	/// 12, 43
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	Principios 1 y 6	/// (24)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS			
Enfoque de Gestión			/// 17-19
Prácticas de inversión y abastecimiento			
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	/// 18-19, 30-35, 40-41
HR2 (P)	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	/// 58, 60
HR3 (A)	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	/// 15-16, 19, 28, 30-31, 36-37, 46-47,
No discriminación			
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Principios 1, 2 y 6	/// (25)
Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR5 (P)	Actividades contra la libertad de asociación, y medidas adoptadas.	Principios 1, 2, 3	/// (26)

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
Explotación infantil			
HR6 (P)	Actividades con riesgo de explotación infantil, y medidas correctoras.	Principios 1, 2, 4 y 5	/// 17, 19-20, 40-41, 62, 70
Trabajos forzados			
HR7 (P)	Operaciones con riesgo de trabajo forzado, o no consentido, y medidas correctoras.	Principios 1, 2 y 4	/// (27)
Prácticas de seguridad			
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos.	Principios 1 y 2	/// (28)
Derechos de los indígenas			
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Principios 1 y 2	/// 21, (27)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD			
Enfoque de Gestión			/// 17-19
Comunidad			
SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades.		/// 17-20, 26-41
Corrupción			
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Principio 10	/// 15-16
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	Principio 10	/// 15-16
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Principio 10	/// (29)
Política pública			
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10	/// 19-20, 30-31, 33-37, 40-41, 62-63
SO6 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	Principio 10	/// (30)
Comportamiento de competencia desleal			
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia.		/// (31)
Comportamiento normativo			
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes.		/// (32)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
Enfoque de Gestión			/// 17, 52-53, 56-57, 60
Salud y seguridad del cliente			

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
PR1 (P) Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	Principio 1	///	56-57
PR2 (A) N° total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	Principio 1	///	(33)
Etiquetado de productos y servicios			
PR3 (P) Tipos de información sobre los productos y servicios requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	Principio 8	///	(34)
PR4 (A) N° total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Principio 8	///	(34)
PR5 (A) Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.		///	51-52, 55-56
Comunicaciones de marketing			
PR6 (P) Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.		///	(35)
PR7 (A) N° total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.		///	(29)
Privacidad del cliente			
PR8 (A) N° total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Principio 1	///	16, (29)
Cumplimiento normativo			
PR9 (P) Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.		///	(29)
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL			
Enfoque de Gestión		///	17, 66
Materiales			
EN1 (P) Materiales utilizados, por peso o volumen.	Principio 8	///	65
EN2 (P) Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	Principios 8 y 9	///	65
EN3 (P) Consumo directo de energía por fuentes primarias.	Principio 8	///	65
EN4 (P) Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	Principio 8	///	65
EN5 (A) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Principios 8 y 9	///	67, (36)
EN6 (A) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	Principios 8 y 9	///	(37)
EN7 (A) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	Principios 8 y 9	///	67 (36)
Agua			
EN8 (P) Captación total de agua por fuentes.	Principio 8	///	65 (38)
EN9 (A) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Principio 8	///	(38)

Indicadores GRI	Principios del Pacto Global	Estado del Indicador	Pág.
EN10 (A) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Principios 8 y 9	///	(38)
Biodiversidad			
EN11 (P) Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	Principio 8	///	(39)
EN12 (P) Impactos en espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad no protegidos.	Principio 8	///	(39)
EN13 (A) Hábitats protegidos o restaurados.	Principio 8	///	(39)
EN14 (A) Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Principio 8	///	(39)
EN15 (A) N° de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Principio 8	///	(39)
Emisión, vertidos y residuos			
EN16 (P) Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio 8	///	65
EN17 (P) Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio 8	///	65
EN18 (A) Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Principios 7, 8 y 9	///	66-67 (36)
EN19 (P) Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Principio 8	///	(40)
EN20 (P) NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Principio 8	///	(37)
EN21 (P) Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Principio 8	///	(37)
EN22 (P) Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Principio 8	///	65-67
EN23 (P) N° total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Principio 8	///	(41)
EN24 (A) Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	Principio 8	///	(37)
EN25 (A) Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	Principio 8	///	(37)
Productos y servicios			
EN26 (P) Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	Principios 7, 8 y 9	///	(37)
EN27 (P) Porcentaje de productos vendidos recuperados al final de su vida útil.	Principios 8 y 9	///	(37)
Cumplimiento normativo			
EN28 (P) Coste de multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Principio 8	///	(29)
EN29 (A) Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	Principio 8	///	65, 67
General			
EN30 (A) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Principios 7, 8 y 9	///	n/d

Aclaraciones:

n/d: Significa no disponible durante el período de elaboración de este Reporte de Sustentabilidad. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos Reportes.

n/a: Significa que no aplica a las actividades de la empresa.

(P): Indicador principal.

(A): Indicador adicional.

Notas:

1. La sede principal de Manpower INC se encuentra en Wisconsin, Estados Unidos. La sede principal de Manpower Argentina se encuentra en Buenos Aires.
2. Manpower, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes cinco sociedades: Cotecsud Compañía Técnica Sudamericana S.A.S.E., Benefits S.A., Ruralpower S.A., Right Management Argentina S.A., Salespower S.A.
3. No hubo cambios significativos durante 2010.
4. Realizamos el Reporte de Sustentabilidad anualmente. El Reporte anterior a esta publicación corresponde al año 2009.
5. No se produjeron cambios significativos en Manpower Argentina que puedan afectar la comparabilidad de la información reportada.
6. No se produjeron cambios en el alcance, cobertura y metodología en relación a los Reportes de RSC anteriores.
7. El Reporte de Sustentabilidad 2010 de Manpower no cuenta con una verificación externa.
8. Como cumplimiento de la Ley de Sociedades, el Directorio de la empresa, como órgano societario, está compuesto por los siguientes miembros: Horacio Pablo De Martini (Presidente), Michael John Lynch, Mike Van Handel, Alfredo Luciano Fagalde Grondona y Eduardo Rafael March.
9. El Presidente del Directorio no ocupa una posición ejecutiva en Manpower Argentina. El órgano de gobierno de Manpower Argentina conformado por el Comité de Dirección es presidido por su Director General quien cumple funciones ejecutivas.
10. No hay Directores independientes en el Directorio y el Comité de Dirección.
11. No hay un contacto directo con nuestros accionistas, porque Manpower Argentina es una filial del grupo Manpower Inc. y no posee accionistas directos en Argentina.
12. Identificamos los grupos de interés junto al Grupo Operativo responsable del proceso de recolección de información publicada en este Reporte.
13. En cada actividad que desarrollamos, recolectamos testimonios de los protagonistas que nos ayudan a seguir mejorando nuestros programas. Algunos de ellos fueron publicados en las páginas 24 y 25.
14. Las actividades de Manpower Argentina no tienen incidencia significativa en el cambio climático por lo cual la relación de éste con los resultados financieros no son objeto de análisis en la gestión de la empresa.
15. Manpower Argentina no cuenta con Programas de Retiro para los empleados. El sistema de jubilación es conforme la Ley Laboral vigente en Argentina.
16. Manpower Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.
17. En 2010 las bandas salariales mínimas de escala inicial del personal convenionado y no convenionado se ubicaron un 80,28% sobre el salario mínimo vital y móvil de la Argentina vigente a diciembre de 2010.
18. Manpower Argentina no tiene una política formal específica, pero sí una práctica a favor de este esquema que se fue desarrollando sobre todo en el interior del país.
19. La legislación laboral argentina establece un marco de igualdad de oportunidades y de no discriminación que no permite formalizar un modelo de reclutamiento condicionado por parámetros de contratación como podría ser la selección por residencia geográfica. El 100% del personal de nivel gerencial y directivo de Manpower Argentina es argentino.
20. Principales beneficios para empleados permanentes en 2010: beneficios educativos, plan integral de conciliación, almuerzos aniversario de ingreso a la compañía, celebración de fin de año, reconocimiento económico por cumplimiento de objetivos, reconocimiento especial a la trayectoria laboral a partir de los 10 años de antigüedad, descuentos y promociones, regalos en fechas especiales (nacimiento, matrimonio).
21. En 2010, 258 empleados fueron cubiertos por un convenio colectivo.
22. Las notificaciones sobre cambios organizativos se realizan cumpliendo con la legislación vigente en nuestro país.
23. En Manpower Argentina no contamos con acuerdos formales con sindicatos.
24. No existen diferencias entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.
25. Durante 2010, no hubo incidentes de discriminación.
26. No se produjeron actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos.
27. No se realizaron operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.
28. Manpower Argentina no cuenta con personal de seguridad ni terceriza este servicio en las oficinas centrales ni en sus sucursales.
29. Manpower Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
30. Manpower Argentina no realiza aportes a partidos políticos o instituciones relacionadas. Rechaza la utilización de fondos, propiedad y otros recursos de la compañía para realizar contribuciones o proporcionar beneficios para candidatos, partidos o actividades políticas.
31. En Manpower Argentina cumplimos plenamente las leyes y normas que prohíben los acuerdos que interfieren con la competencia leal y con frecuencia acarrear sanciones severas, y no toleramos ninguna conducta que viole estos requisitos. En 2010 no hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
32. Durante 2010 Manpower Argentina abonó la suma de \$11.600 en concepto de multas por incumplimientos vinculados a obligaciones laborales.
33. No se registraron incidentes.
34. El negocio de Manpower Argentina no se encuentra regulado en cuanto al tipo de información que la empresa debe suministrar sobre sus servicios al cliente.
35. Si bien Manpower Argentina no está adherida a estándares o códigos voluntarios de comunicación y publicidad, nos esforzamos por presentar sólo información exacta y veraz acerca de nuestros productos y servicios en las presentaciones, las conversaciones con clientes y el material publicitario y promocional.
36. En Manpower Argentina comenzamos a medir nuestros indicadores medioambientales en 2010, y por lo tanto no se pueden establecer ahorros.
37. Dada la naturaleza de las operaciones de Manpower Argentina, este indicador no aplica a la compañía.
38. Manpower Argentina se abastece de agua a través de la red de abastecimiento pública para consumo de sus empleados, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso.
39. No se registran terrenos adyacentes o espacios considerados áreas protegidas de alta biodiversidad cercanos a las operaciones de Manpower Argentina, según lo establecido por el Sistema Federal de Áreas Protegidas (SIFAP).
40. Si bien el consumo de emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono no es significativo para Manpower Argentina, utilizamos gases para los sistemas de refrigeración no contaminantes para el medioambiente.
41. No se registraron derrames ambientales significativos.

Para más información sobre la gestión de Sustentabilidad de Manpower

Este año publicamos 2.000 ejemplares del Reporte de Sustentabilidad 2010. Esta versión impresa contiene información relevante para los grupos de interés, seleccionada a partir de los diálogos y de factores internos y externos a la empresa. Si está interesado en conocer

más sobre nuestras prácticas en sustentabilidad, datos del mercado laboral u otros temas de interés sobre Manpower Argentina, puede ingresar en nuestro sitio de Internet www.manpower.com.ar o consultarnos por correo electrónico a rsc@manpower.com.ar.

El papel utilizado para la impresión del presente Reporte posee certificación de Cadena de Custodia PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) y FSC (Forest Stewardship Council), la cual verifica a través de la trazabilidad que la madera utilizada en el proceso productivo procede de bosques gestionados de acuerdo a criterios de sostenibilidad, garantizando la conservación de los bosques y la mejora de las condiciones sociales de los trabajadores forestales y de las poblaciones locales.

Tu opinión sobre este Reporte de RSC nos ayuda a seguir creciendo en nuestra rendición de cuentas. Te invitamos a que nos escribas a rsc@manpower.com.ar y nos cuentes tus sugerencias y expectativas sobre este documento.

Proceso de Elaboración del Reporte de RSC

Coordinación General:

Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos
Manpower Argentina

www.manpower.com.ar

Facilitadores Externos

ReporteSocial.com

www.reportesocial.com

Responsables de Edición

Fluotype

www.fluotype.com.ar



Manpower®

What do you do?