

2011

**MANPOWERGROUP ARGENTINA**

# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

"Potenciando el mundo del trabajo,  
contribuimos a desarrollar comunidades  
más sustentables"



ManpowerGroup™

## SOBRE ESTE REPORTE

Por sexto año consecutivo rendimos cuentas a nuestros grupos de interés —empleados, candidatos y asociados, clientes, proveedores, comunidad, medioambiente y gobierno— sobre el desempeño económico, social y ambiental de ManpowerGroup Argentina, a partir de la publicación del Reporte de Sustentabilidad. En esta oportunidad informamos sobre los resultados de 2011, junto a datos cuantitativos de años anteriores a efectos comparativos.

Este documento 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. A través de este Reporte publicamos nuestra Comunicación sobre el Progreso 2011 del Pacto Mundial de Naciones Unidas, dando cumplimiento a sus 10 Principios sobre derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y anticorrupción.

Para el proceso de elaboración del Reporte, como para aspectos relevantes de la gestión de ManpowerGroup Argentina en materia de sustentabilidad, tomamos los principios y prácticas recomendadas por la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, lanzada a fines de 2010.

La información publicada fue seleccionada en base a un análisis de materialidad<sup>1</sup> siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por GRI en el marco del lanzamiento de la nueva Guía G3.1, y de la versión final del estándar AA1000SES<sup>2</sup>, desarrollado por AccountAbility - una organización internacional con base en el Reino Unido que promueve soluciones innovadoras para los desafíos de la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible. En este proceso participaron: a nivel interno, el Comité de Dirección y el Grupo Operativo, y en representación de los grupos de interés de ManpowerGroup Argentina, 44 personas invitadas a dos diálogos presenciales y 5 encuestas respondidas en nuestro sitio Web, donde se relevaron expectativas para mejorar los Reportes de Sustentabilidad.

**ISO**  
**26000**

ManpowerGroup Argentina ha usado la ISO 26000 como guía para integrar la responsabilidad social en sus valores y prácticas.

1. Principio de Materialidad: los contenidos a incluir en el Reporte de Sustentabilidad reflejan lo que nuestros públicos clave quieren conocer acerca de nuestro desempeño, sumado a lo que a la empresa le interesa comunicar.

2. El Estándar de Diálogo con los Grupos de Interés (AA1000SES) provee un marco para ayudar a las organizaciones a desarrollar procesos de diálogo robustos, con objetivos concretos y resultados. Para más información sobre los estándares de la serie AA1000 ingresar a: <http://www.accountability.org/aa1000series>

# ÍNDICE

- 2 - Nuestra empresa
- 4 - Manpowergroup en números
- 6 - Carta de Alfredo Fagalde
- 7 - Carta de María Amelia Videla
- 8 - Nuestro gobierno corporativo y la sustentabilidad
- 30 - La sustentabilidad como eje en nuestra gestión
- 36 - Identificación e involucramiento con las partes interesadas
- 40 - El valor de los derechos humanos en la gestión del negocio
- 44 - Nuestro compromiso y participación activa en el desarrollo de la comunidad
- 48 - Acciones con empleados
- 58 - Asuntos con clientes, asociados y candidatos
- 66 - Prácticas de negocio responsable
- 70 - Medioambiente
- 70 - Cumplimiento de los objetivos 2011 y nuevos desafíos 2012
- 72 - Tabla de indicadores GRI y comunicación sobre el progreso 2011

“Con orgullo rendimos cuentas a nuestros grupos de interés sobre nuestro compromiso con la sustentabilidad, la inclusión laboral de grupos vulnerables, el valor que damos a los Derechos Humanos, el desarrollo de servicios innovadores y de alta calidad, y el bienestar de las personas dentro y fuera de su ámbito laboral.”

**Alfredo Fagalde**

Director General

# MANPOWERGROUP EN NÚMEROS

Durante 2011 la economía internacional fue inestable, afectando los niveles de empleo y las expectativas de contratación por parte de los empresarios; y la Argentina no fue ajena a esta situación. En este marco, cerramos el año con 27,5 millones de horas vendidas que, si bien representa una baja con respecto al año anterior y a lo que habíamos presupuestado, lo consideramos un buen resultado dadas las condiciones coyunturales mencionadas.

## Representación geográfica

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011



### A NIVEL MUNDIAL



### A NIVEL LOCAL



### PARTICIPACIÓN DE MANPOWERGROUP EN EL MERCADO



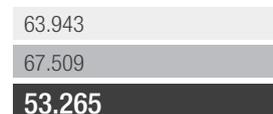
## Gestión de Sustentabilidad

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

### INVERSIÓN EN SUSTENTABILIDAD



### INVERSIÓN EN HORAS DE VOLUNTARIADO (en pesos)



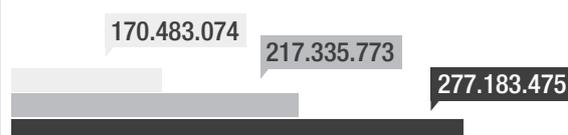
### DONACIONES TOTALES (EN PESOS)



## Impuestos pagados en la Argentina

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

### TOTAL IMPUESTOS



## Resultados financieros (en pesos)

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

### ACTIVOS



### VENTAS TOTALES



### PATRIMONIO NETO



### GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALES



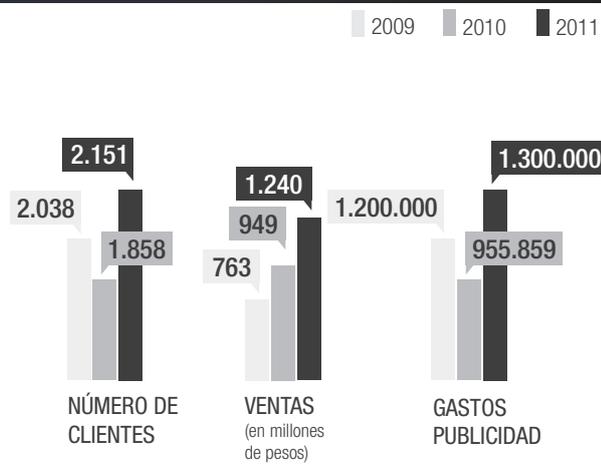
### RESULTADO NETO



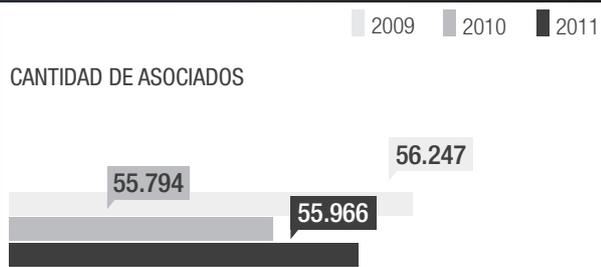
### CAPITAL SOCIAL



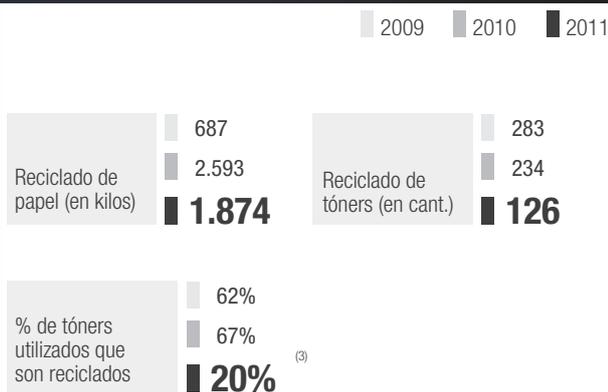
## Clientes



## Asociados



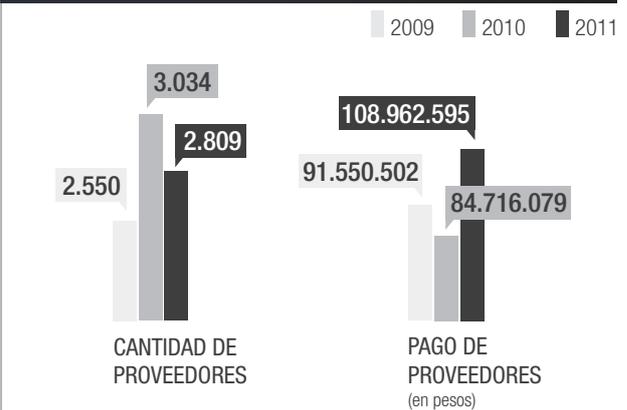
## Medioambiente



## Empleados



## Proveedores



Para mayor información sobre ManpowerGroup Argentina visitar: [www.manpowergroup.com.ar](http://www.manpowergroup.com.ar)

(1) A partir de 2010 el indicador considera los ingresos y egresos transcurridos durante el año.

(2) 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.

(3) El motivo de la baja en el porcentaje se debe a que se remplazaron tóners reciclados por nuevos para el mejor funcionamiento de las impresoras.

# NUESTRA EMPRESA

El mundo del trabajo está cambiando más rápido que nunca y las viejas reglas de negocios están perdiendo relevancia. Ya el dinero o la tecnología no garantizan más el crecimiento y la productividad. Hemos ingresado en la era del potencial humano, donde las personas son el agente real del éxito del negocio.

## Somos ManpowerGroup

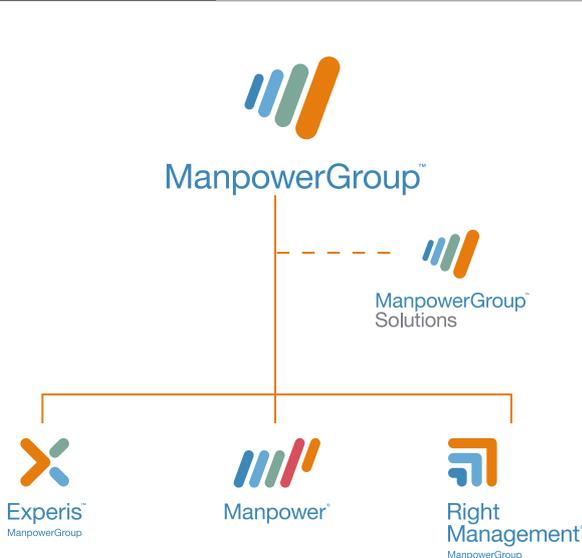
2011 fue un año de cambios enfocando nuestra estrategia en la Era del Potencial Humano. En este marco, el Grupo a nivel internacional trabajó para crear una familia de marcas, conectadas entre sí, que identifiquen nuestros servicios y soluciones. Es por eso que a partir de 2011 todas estas marcas conviven bajo el paraguas de ManpowerGroup, lo que anteriormente se llamaba Manpower Inc.

A partir del 1° de enero de 2012, el grupo Manpower Argentina cambió su nombre denominándose ManpowerGroup Argentina. Si bien este Reporte, refleja la gestión 2011 de Manpower Argentina, haremos referencia a ManpowerGroup Argentina.



Creemos soluciones innovadoras para la fuerza laboral, trabajando para que las personas escojan su propio camino en el nuevo mundo del empleo y para que las empresas encuentren a los mejores talentos para potenciar su negocio. Con más de 45 años de experiencia, tenemos un conocimiento profundo del potencial humano y buscamos conectar efectivamente las ambiciones de una empresa con las pasiones de su gente. Es por eso que nuestra gestión se focaliza en el valor de la persona y el sentido del trabajo en su vida.

## Nuestras Marcas



### ManpowerGroup Solutions

ManpowerGroup Solutions es un proveedor global de soluciones a medida para la fuerza laboral: tercerizaciones, soluciones de servicios gerenciales y soluciones de talento más allá de las fronteras.



### Manpower

Manpower es líder global en provisión de personal eventual y permanente, proveyendo a organizaciones de todos los tamaños soluciones para aumentar la agilidad y la competitividad del negocio.

### ¿A qué nos dedicamos?

Gente: desde altos ejecutivos a personal administrativo y operarios especializados. En posiciones permanentes, eventuales o por proyecto.

Training & Development Center: a través de ManpowerGroup ofrecemos procesos de capacitación y desarrollo. Contamos con un sistema de entrenamiento on-line para potenciar las habilidades de las personas.

Servicios: reclutamiento, entrevistas, evaluación. Tenemos una amplia oferta de servicios para reducir los tiempos y costos de la contratación de personal de nuestros clientes.

Tercerización: conducimos sectores y proyectos. Seleccionamos y administramos el personal para nuestros clientes, respondiendo ante indicadores de eficiencia.

Consultoría: ofrecemos una amplia gama de conocimientos especializados de consultoría. Consultoría de Recursos Humanos. Planeamiento estratégico. Diagnóstico. Diseños de organización. Información de gestión. Evaluación de competencias. Desarrollo y transición de carrera. Outplacement. Benchmarking. Administración de cambios culturales.

#### Unidades de Negocio especializadas por Industria:

Administrativa · Contact Center · Hospitalidad · Industrial Promociones · Rural



**Experis™**  
ManpowerGroup

Experis<sup>3</sup> es el líder global en reclutamiento de talento profesional, proveyéndole a sus clientes el talento profesional que necesitan para hacer crecer sus negocios. Se especializa en soluciones por proyecto para iniciativas críticas para ayudar a los clientes a acelerar su crecimiento – on site, off site u offshore.



**Right Management®**  
ManpowerGroup

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.

#### Estrategia de comunicación interna: “Comprendiendo nuestra Visión y Credo”

A partir del cambio en la Visión y el nuevo Credo, generamos un espacio de diálogo para escuchar las opiniones y expectativas de nuestros empleados sobre este cambio estratégico. De esta manera, se buscó profundizar su comprensión y alinear las actividades a este nuevo concepto.

Además, dentro de este proceso contamos con diferentes herramientas que facilitaron el cascadeo a toda la compañía.

## Nuestra Visión y Credo nos representan en la Era del Potencial Humano

A partir de una investigación mundial sobre nuestra marca, y bajo la concepción de que estamos dentro de la Era del Potencial Humano donde el valor por la persona es la clave, decidimos en 2011 actualizar nuestra Visión, incorporando el concepto de que somos creadores de soluciones innovadoras para la fuerza laboral, y crear un Credo que refuerce nuestra Visión, y que nos ayude a articular mejor lo que hacemos y a definir claramente cada una de nuestras marcas.

Este Credo se basa en la historia de la compañía, y su lema es: “Potenciamos el mundo del trabajo”.

### VISIÓN

Somos líderes en la creación y provisión de servicios y soluciones innovadoras para la fuerza laboral que permitan a nuestros clientes triunfar en el cambiante mundo del trabajo.

### CREDO

Potenciamos el mundo del trabajo.

Cuando nuestro profundo entendimiento del potencial humano se conecta con los objetivos de los negocios, se crea una fuerza dinámica.

Fuerza que impulsa a las organizaciones hacia el futuro.

Fuerza que acelera el éxito personal.

Fuerza que construye comunidades más sostenibles.

Generamos este tipo de fuerzas conectando la visión de los clientes y la motivación de las personas con el ahora y lo que vendrá en el mundo del trabajo.

Combinamos el conocimiento local con un alcance global, para dar a las organizaciones alrededor del mundo acceso y habilidad para capitalizar oportunidades inadvertidas.

Como consultores confiables, cultivamos nuestra relación con todos los que trabajamos porque su éxito conduce a nuestro éxito.

Por eso, creamos soluciones de alto valor con el fin de incrementar la competitividad de las empresas y de las personas a las que brindamos nuestros servicios, para que logren más de lo que imaginaron.

Y al crear estas poderosas conexiones, ayudamos a potenciar el mundo del trabajo.

**NUESTROS VALORES  
CENTRALES**  
GENTE · CONOCIMIENTO · INNOVACIÓN

3. Durante 2011, este servicio operó bajo el nombre Manpower Professional



## Carta de Alfredo Fagalde

El mundo está cambiando de manera tan rápida y radical que solamente la curiosidad, pasión, compromiso y potencial en sí de las personas nos permitirá avanzar, adaptarnos y evolucionar. En la Era del Potencial Humano, desde ManpowerGroup alentamos a las organizaciones a poner a las personas en el centro de la escena.

Entendemos que una economía sostenible y en crecimiento no será factible en un futuro escaso de talentos, sin la incorporación de grupos vulnerables que hoy por hoy, no se encuentran representados en la fuerza laboral. La sociedad a nivel mundial está viviendo una era de transformación en la que se deberán rediseñar los modelos empresariales, redefinir las propuestas de valor y reinventar los sistemas sociales. Sólo hay que animarse.

Es por eso que desde nuestro compromiso y entendimiento de la sustentabilidad trabajamos para ser una organización centrada en la gente, atendiendo día a día las diversas necesidades de nuestros grupos de interés a través del diálogo y el vínculo cercano; ofreciendo servicios y soluciones laborales innovadoras.

En este marco, continuamos promoviendo entre nuestros colaboradores, clientes y proveedores la importancia de la diversidad e inclusión laboral, a través de nuestra iniciativa "Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo", a la vez que trabajamos en la prevención y rechazo a prácticas de empleo abusivas como la trata de personas, el trabajo infantil, la informalidad y las condiciones de trabajo riesgosas.

En 2011 tuvimos grandes cambios a nivel corporativo. Nuestra marca y nuestra organización han evolucionado globalmente presentando su identidad como ManpowerGroup a través de una familia de marcas más cohesiva y unificada. Este cambio tiene por objetivo reflejar todo el conjunto de soluciones innovadoras en gestión de personas que ofrecemos, articulando mejor el valor único que aportamos a las organizaciones y a los individuos para ayudarles a triunfar.

A nivel global, hemos también actualizado nuestra Visión y, complementariamente, generamos un Credo que la refuerza y nos ayuda e inspira en lo que hacemos: "Potenciamos el mundo del trabajo".

Localmente, hemos realizado un análisis profundo sobre la forma en que gestionamos nuestros servicios rurales, que nos ha permitido identificar oportunidades de mejora centradas en los Derechos Humanos que estamos empezando a implementar. Así como hace diez años comenzamos a desarrollar servicios en recursos humanos para el agro, hoy queremos llevar adelante soluciones sustentables en esta actividad, ofreciendo un servicio con un marcado respeto por el valor de la persona.

Por otra parte, como miembros de la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde su fundación en 2004, hemos participado activamente de su cuerpo de gobierno desde el año 2005 y por tres períodos consecutivos hasta el año 2011. A partir de esta iniciativa damos cumplimiento a sus 10 principios relacionados con derechos laborales, derechos humanos, medioambiente y corrupción. Este año, en ocasión de la III Asamblea Nacional del Pacto Mundial de Naciones Unidas en la Ciudad de Buenos Aires, recibimos un reconocimiento por nuestra trayectoria dentro de la Red.

Por último, quiero destacar los avances en la gestión ambiental de ManpowerGroup Argentina. Este año logramos reducir los consumos de energía eléctrica y seguimos aumentando la cantidad de indicadores ambientales sistematizados para poder mejorar año a año nuestra huella de carbono.

Los invito a conocer nuestras acciones y resultados de la gestión de sustentabilidad de 2011 en esta publicación, y a enviarnos sus comentarios para seguir avanzando en una mejor rendición de cuentas a todos nuestros públicos.

**Alfredo Fagalde**  
Director General



## Carta de María Amelia Videla

Un año más presentamos con orgullo el Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina. Siguiendo los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y respondiendo a las expectativas de los más de 150 referentes de nuestros públicos clave que participaron de diálogos presenciales que realizamos desde 2008; damos cuenta a nuestros grupos de interés sobre el desempeño económico, social y ambiental de 2011.

Buscando mejorar nuestra rendición de cuentas y la gestión sustentable de nuestro negocio, este año modificamos la estructura del Reporte alineándolo con la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, tomando sus principios y recomendaciones dentro de nuestras actividades. A su vez, incorporamos un capítulo de Derechos Humanos donde comunicamos los avances realizados en esta materia.

Sosteniendo nuestro compromiso de incidencia en la cadena de valor, en 2011 realizamos la tercera edición del Taller de Responsabilidad Social Empresaria para proveedores enfocado en Pymes, donde capacitamos a las empresas sobre aspectos relacionados con la gestión responsable del negocio y mejores prácticas de RSE adaptadas para el perfil de los participantes. A su vez, los informamos sobre temas de gestión sustentable en los Boletines de RSC con artículos sobre la coyuntura internacional, las acciones que realiza ManpowerGroup y recomendaciones para implementar estas prácticas en Pymes. En ese marco y en el aniversario de la ratificación de la Convención sobre los Derechos de los niños, niñas y adolescentes, participamos de la campaña de sensibilización sobre la no contratación de mano de obra infantil, que -organizada por la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil que integramos- tuvo especial foco en proveedores y clientes.

En virtud de nuestra convicción acerca del valor de la promoción de la conciliación de la vida laboral y familiar, internamente profundizamos el programa "Manpower con Vos, equilibrando tu vida", focalizándonos en los resultados del estudio IFREI 2.0<sup>4</sup> en función de cómo fue percibido el equilibrio entre vida laboral y personal en nuestra compañía y de las necesidades, barreras y facilitadores detectados.

Avanzamos también en propuestas de consultoría en discapacidad para acompañar a las empresas en su acercamiento a la diversidad e inclusión en el ámbito laboral. Paralelamente, profundizamos el trabajo de nuestra Escuela de Formación Laboral, capacitando a los participantes de nuestros programas de responsabilidad social ampliando la oferta de talleres de formación acordes a las demandas del mercado.

Por último, trabajamos en alianzas con el sector público y organizaciones de la sociedad civil. Entre ellas, acompañamos a CIPPEC en un trabajo de investigación sobre la población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad; y otro sobre políticas de cuidado infantil. A su vez, trabajamos con el Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego en acciones con jóvenes de bajos recursos en esta provincia.

Estas y otras de las acciones que realizamos durante el año, haciendo realidad nuestros valores corporativos centrados en el desarrollo de las personas, se encuentran detalladas en este Reporte que esperamos sea de su interés.

Agradezco especialmente a los miembros del Grupo Operativo que dedicaron tiempo y esfuerzo a la sistematización de los resultados de nuestra gestión en materia de sustentabilidad, ejercicio que nos permite seguir mejorando y avanzando en la generación de valor social y ambiental dentro de nuestro negocio.

**María Amelia Videla**

Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos

4. El estudio consistió en una encuesta a más de 200 líderes y colaboradores de ManpowerGroup Argentina 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 Business School de España.



## NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA SUSTENTABILIDAD

“La gobernanza de la organización es el factor más importante para hacer posible que una organización se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades, y para integrar la responsabilidad social en toda la organización y sus relaciones”.<sup>5</sup>

*Comité de Dirección de ManpowerGroup Argentina:*

*Fernando Podestá (Director Regional Sur), Marcelo Roitman (Director de Administración y Finanzas), Luis Guastini (Director de Desarrollo Corporativo), Alfredo Fagalde (Director General), María Amelia Videla (Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos), Cecilia Bologna (Gerente de Operaciones), Alicia Giomi (Directora Regional Capital), Magdalena Caviglia (Gerente de Recursos Humanos), Eduardo March (Subdirector General y Director de Marketing), Norberto Olmedo (Director Regional GBA-NE), Martín Poncio (Director Regional Norte).*

### Responsabilidad en la toma de decisiones

El gobierno de ManpowerGroup Argentina está conformado por el Comité de Dirección. Este se compone de la Dirección General, la Sub-dirección General y Dirección de Marketing, las cuatro Direcciones Regionales, la Dirección de Administración y Finanzas, la Dirección de Desarrollo Corporativo y la Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos y las Gerencias de Recursos Humanos y Operaciones.

Dentro de sus responsabilidades se encuentra la de decidir sobre la estrategia de la empresa y su vínculo con la gestión sustentable del negocio, siendo que a su vez sus miembros forman el Comité de Sustentabilidad.

Realizan encuentros mensuales en los cuales tratan aspectos vinculados con la gestión económica, social y ambiental. Entre ellos, el proceso de elaboración del Reporte, aspectos relativos a compromisos y estándares en materia de Derechos Humanos, las herramientas de diálogo con los grupos de interés que cada Dirección implementa, el Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar de la compañía, y acciones relacionadas al negocio y la sustentabilidad. A su vez, en el marco de estas reuniones reciben capacitaciones de las principa-

les tendencias de sustentabilidad y las mejores prácticas de la Argentina y el mundo, dictadas por expertos en la temática.

Cada uno de los miembros del Comité es evaluado por su contribución al cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina (de cara a metas trianuales), incluyendo la perspectiva de la sustentabilidad. Bajo estricto seguimiento de indicadores y métricas anuales, nuestra casa matriz analiza y evalúa periódicamente el cumplimiento y evolución de cada una de las metas planificadas, las que abarcan los compromisos establecidos en materia de gestión responsable del negocio.

Es así como la alta dirección de la empresa no sólo asume el compromiso de trabajar por una gestión sustentable, sino que debe rendir cuentas internas de su desempeño anual en el tema.

El desarrollo de soluciones innovadoras para contribuir al logro de entornos inclusivos en empresas clientes así como de alianzas público – privadas para promover la empleabilidad de grupos vulnerables; el compromiso de los proveedores con la gestión responsable del negocio; la calidad del servicio al cliente y la atención de candidatos y asociados así como el clima laboral interno y la

5. Sección 6.2.1.2. – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

atracción y retención de talentos con especial foco en la diversidad; son parte de las prioridades establecidas.

De esta forma, la remuneración del Comité de Dirección está compuesta por una parte fija mensual y otra parte variable anual relacionada no sólo a los objetivos económico-financieros de la compañía, sino también a las metas en materia de sustentabilidad incluidas en el plan estratégico de la organización.

### Diálogo entre los empleados y el Comité de Dirección

- Encuesta de Clima Organizacional: permite enviar recomendaciones, opiniones y sugerencias sobre el desempeño y comportamiento del Comité de Dirección.
- “Línea Ética”: los empleados pueden manifestar sus preocupaciones y/o denuncias sobre el Código de Conducta y Ética, las cuales recibe nuestro Director General.
- Almuerzo aniversario de ingreso a la compañía: los empleados pueden sostener intercambios cercanos con el Director General y dos representantes del Comité de Dirección.
- Mensajes en video y por correo electrónico a todos los empleados de la compañía.
- Reuniones entre los integrantes del Comité de Dirección y sus colaboradores como instancias de acercamiento dentro de un ámbito ameno e informal, que ayudan a conocer temas clave de la organización y expectativas de los colaboradores.

confiable, manteniendo un vínculo estrecho que minimiza al máximo cualquier tipo de conflicto. Contamos con indicadores de gestión de riesgos para conocer, evaluar y resolver posibles situaciones conflictivas en lo que respecta a la relación laboral. Estos son:

- Nivel de conflictividad: cantidad de conflictos con relación a la cantidad de empleados de la compañía.
- Nivel de judicialidad: cantidad de conflictos que pueden terminar en una instancia de reclamo judicial.
- Nivel de efectividad en acuerdos prejudiciales: cantidad de acuerdos cerrados en instancia prejudicial sobre cantidad de reclamos prejudiciales ante el Ministerio de Trabajo.

El nivel de efectividad reportado por el Servicio de Conciliación Laboral Obligatoria (SECLO) del Ministerio de Trabajo durante 2011 (que sirve de comparación para el indicador de ManpowerGroup), alcanzó el 33,70%, mientras que nuestra organización logró durante 2011 un nivel de efectividad del 75,17%.

Con la vocación y convicción de seguir mejorando la gestión de nuestros servicios en relación a los Derechos Humanos, este año realizamos talleres y acciones vinculadas con la temática para analizar posibles riesgos en negocios clave de ManpowerGroup.<sup>7</sup>

Por último, desde 2010 comenzamos a sistematizar nuestros niveles de consumo de recursos en el ejercicio de nuestras actividades y a calcular la huella de carbono, de manera de poder mejorar nuestra gestión ambiental y prevenir posibles riesgos en esta materia.<sup>8</sup>

## Gestión de riesgos

“Una organización debería implementar programas utilizando una perspectiva de sostenibilidad basada en el riesgo”.<sup>6</sup>

En ManpowerGroup Argentina desarrollamos nuestras acciones en el marco de nuestra visión, credo, valores corporativos y el código de ética de la compañía, actuando con responsabilidad, respeto y transparencia con todos nuestros grupos de interés. De esta forma, gestionamos el riesgo económico, social y ambiental en cada operación, planificando estratégicamente nuestros servicios para prevenir posibles situaciones que provoquen un impacto negativo en las personas, empresas u organizaciones con las cuales trabajamos.

En esta línea, en 2011 consolidamos la Política de Formalización de Relaciones Comerciales, con el objetivo de gestionar los negocios de la compañía con un marco regulado en donde ambas partes establecemos derechos y obligaciones respecto del servicio, y definimos mecanismos de seguimiento y control.

A su vez, 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



Nuestro Director General, Alfredo Fagalde, ha sido designado Director Regional Cono Sur (Chile, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Argentina) en remplazo de Horacio De Martini, quien se retiró de la compañía luego de 35 años como Presidente de Manpower Inc. Sudamérica.

6. Sección 6.5.2.1 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

7. Para más información ver capítulo: “El valor de los Derechos Humanos en la gestión del negocio”.

8. Para más información ver capítulo “Medioambiente”.



# LA SUSTENTABILIDAD COMO EJE EN NUESTRA GESTIÓN

“El objetivo primordial de una organización socialmente responsable debería ser contribuir con el desarrollo sostenible”.<sup>9</sup>

*Equipo de Investigación y Desarrollo de ManpowerGroup Argentina.*

Para nuestra organización la sustentabilidad constituye un modo de gestión del negocio. En este sentido, focalizarnos en la contribución al desarrollo sostenible, nos permite concebir el rol de nuestra compañía atendiendo su contexto y sus impactos, identificar aquellas cuestiones fundamentales para nuestra actividad y establecer una estrategia de acción en concordancia.

## PILARES DE ACCIÓN EN SUSTENTABILIDAD

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

9. Sección 3.3.5 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

## Estándares de negocio

Partiendo de nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, de nuestros valores, y de nuestra trayectoria como una empresa confiable, íntegra y responsable; este año formalizamos nuestros Estándares de negocio de manera que ésta cultura corporativa se vea reflejada en el día a día de nuestra gestión. Ellos son una serie de principios irrenunciables en todos los ámbitos en los que actuamos, en los que se embarcan nuestras políticas y procesos, así como también la forma de gestionar nuestros negocios.

Incluyen el cumplimiento de la ley, aspectos relacionados con el proceso de gestión de personas, transparencia y confiabilidad, trabajo infantil y adolescente, remuneraciones y trabajadores migrantes, entre otros.

En 2011 se presentó la guía de Estándares de negocio a los empleados involucrados en la gestión del negocio rural. Para 2012 se prevé ampliar la difusión de estos estándares a toda la compañía.

De esta manera, buscamos consolidarnos como una empresa de soluciones innovadoras para el desarrollo de una fuerza laboral sustentable, respetuosa del valor de cada persona.

# LOS ESTÁNDARES DE NEGOCIO MARCAN LA FORMA DE GESTIONAR NUESTROS NEGOCIOS

### CUMPLIMIENTO A LA LEY

Nuestras políticas y procedimientos garantizan que ManpowerGroup cumpla con la legislación vigente. Frente a una duda o controversia respecto a la forma de desarrollar un servicio, ayudamos a nuestros clientes a priorizar el cumplimiento de la ley.

### REGISTRACIÓN LABORAL

Nos aseguramos que nuestro personal sea registrado adecuadamente.

### TRANSPARENCIA

Evitamos cualquier acto de corrupción con clientes, organismos gubernamentales o sindicatos. Evitamos situaciones de conflicto de intereses. Bajo ningún concepto requerimos a un candidato o asociado el pago de sumas de dinero.

### INFORMACIÓN Y CONFIABILIDAD

Nos aseguramos que durante el proceso de reclutamiento y contratación, los candidatos tengan completa información acerca de la relación laboral ofrecida y que suscriban toda la documentación que legalmente corresponda.

### TRABAJO INFANTIL Y ADOLESCENTE

ManpowerGroup no contrata menores de 18 años. No aceptamos la presencia de niños o adolescentes, ni en los establecimientos donde se prestan tareas, ni en los lugares donde el personal descansa, salvo en aquellos casos en que exista una infraestructura habilitada a tales efectos (ejemplo: espacios de cuidado infantil).

### TRABAJADORES MIGRANTES

Garantizamos que nuestros trabajadores migrantes desarrollen su actividad en ambientes dignos que cumplen con las condiciones legales de habitabilidad, descanso y comida.

### REMUNERACIÓN DEL PERSONAL

Garantizamos que nuestro personal disponga de su remuneración en el momento en que se debe efectuar el pago según lo establecido por la ley. No abonamos contraprestaciones por debajo de la normativa vigente. No realizamos ningún tipo de descuento ni retenciones a nuestros empleados que no se encuentren previstas o autorizadas por ley.

### RIESGOS DE TRABAJO

Nos interesamos por la salud, dignidad e integridad de nuestros asociados. Nos aseguramos que los espacios de trabajo que presenten mayor riesgo de accidentes cumplan con todas las exigencias en materia de seguridad e higiene. Nos aseguramos que nuestro personal asociado reciba adecuada capacitación en materia de seguridad e higiene y utilice los elementos de protección personal adecuados para la realización de sus tareas.

### NEGOCIACIONES COMERCIALES

En todas nuestras negociaciones comerciales informamos a nuestros clientes cuál será el alcance del servicio y las responsabilidades y obligaciones que esperamos asuma cada parte para asegurarnos el cumplimiento de nuestros estándares.

### PROVEEDORES

Nos aseguramos que nuestros proveedores comprendan y adhieran a nuestro Código de Conducta y Estándares de negocio, al mismo tiempo que reciben un pago justo y según los tiempos acordados durante su contratación.

## Principales hitos en materia de evolución en la gestión sustentable en ManpowerGroup

2003

- Creación del área de Responsabilidad Social Corporativa.

2004

- Programa Oportunidades para Todos.
- Incorporación en instancias fundacionales del Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad.
- Programa Juntos por los Jóvenes.
- Adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas.

2005

- Ingreso al cuerpo de gobierno de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas.
- Programa de Voluntariado Corporativo "Entrelazados, Comprometidos con los Jóvenes y el Trabajo".
- Programa Huella Solidaria.

2006

- Capacitación en RSC a público interno y clientes.

2007

- Incorporación a la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y a su cuerpo de gobierno.
- Primer Reporte de RSC 2006 con indicadores GRI.
- Programa Sin Fronteras. Alianza con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).
- Programa La Mujer en la Empresa Contemporánea.
- Superamos la adhesión de +40 organizaciones aliadas públicas y privadas en materia de empleabilidad.
- Ingreso al Consejo Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS).

2008

- Primer Diálogo presencial con los grupos de interés.
- Programa Compromiso compartido con la cadena de valor.
- La Gerencia de RSC asume la gestión de asuntos públicos.

- Creación del Comité de Dirección con participación de la Gerencia de RS y AAPP.
- Lanzamiento de la iniciativa "Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo".

2009

- Nivel de aplicación B (GRI) para el Reporte de RSC.
- Lanzamiento de nuestro Plan Integral de Conciliación Vida Laboral y Familiar.

2010

- Ingreso al Club IFREI, Empresas Familiarmente Responsables.
- Programa Mayores Talentos. Valorando la experiencia.
- Mejora en la sistematización de indicadores ambientales.

2011

- Nueva Visión y Credo.
- Análisis de la gestión con foco en los Derechos Humanos.

## Nuestra estrategia y gestión responsable del negocio

*Promoción de 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 colaboradores, clientes y proveedores a tomar un compromiso por la diversidad y la inclusión laboral, a través de siete programas de Responsabilidad Social.

- 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.



Empleados y sucursales de Manpower distinguidos como "Socios en la Inclusión".

"Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo" es la iniciativa de negocios inclusivos que desarrollamos para invitar a nuestros clientes a evaluar cuál es el mejor candidato para el puesto no solo por perfil, sino también a valorar la posibilidad de comprometerse activamente promoviendo la inclusión y la diversidad en su empresa. De esta forma, brindamos una oportunidad a personas en desventaja que en procesos habituales de selección de recursos humanos no suelen ser consideradas.



### Celebramos el compromiso de nuestros "Socios en la Inclusión"

Una vez más, este año, realizamos un encuentro anual con nuestros clientes, empleados, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, funcionarios de gobierno y proveedores, para reconocer a nuestros "Socios en la Inclusión".

En esta ocasión reconocimos a 35 clientes de todo el país y a 29 colaboradores y sucursales, alcanzando un total de 95 empresas y 65 sucursales desde su lanzamiento en 2008.

Desde 2008:



Walter Marcucci y Carina De Sa Dos Santos (Walmart Argentina) reciben el reconocimiento como "Socios en la Inclusión".

### Rechazo de prácticas de empleo abusivas<sup>10</sup>

Generamos conciencia y rechazamos prácticas abusivas de empleo tales como trata de personas, trabajo infantil, salarios por debajo de la ley, explotación de personas y condiciones de trabajo riesgosas.

10. Para más información ver el capítulo "El valor de los Derechos Humanos en la gestión del negocio" de este Reporte, página 22.

## Espacios de gestión de la sustentabilidad

Durante 2011 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.

### Alianzas estratégicas:<sup>11</sup>

- Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas.
- ADRHA - Asociación de Recursos Humanos de la Argentina.
- CEADS - Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible.<sup>12</sup>
- AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina.



ManpowerGroup fue reconocida por su participación en la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas.

- 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.
- Club IFREI (Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School).

En 2011, María Amelia Videla, Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, fue nombrada Presidente del Comité de RSE de la Cámara de Comercio de los EE.UU. en Argentina.

El Comité trabaja los temas de interés para la gestión integral de la Responsabilidad Social Empresaria a través de la vinculación con los diferentes públicos de las compañías miembro, así como la articulación con organizaciones del sector social y gubernamental.

## Programa “Aliados en Educación y Trabajo”

Compartimos nuestro conocimiento sobre el mundo del trabajo contemporáneo con universidades y escuelas técnicas. Este año firmamos dos nuevos acuerdos con el Colegio Santo Tomás de Córdoba y la Universidad Nacional de Catamarca, sumando más de 20 acuerdos con instituciones educativas de todo el país. A su vez, dictamos tres charlas en universidades y participamos en nueve ferias de empresas, asumiendo un compromiso activo con las nuevas generaciones.



Alfredo Fagalde, Director General, participó en el Encuentro de la División de Recursos Humanos de IDEA 2011.

11. Para mayor información sobre los aliados de ManpowerGroup Argentina visitar: [www.manpowergroup.com.ar/rsc\\_alianzas.html](http://www.manpowergroup.com.ar/rsc_alianzas.html)

12. Alfredo Fagalde (Director General de ManpowerGroup Argentina) integra desde 2011 la Comisión Directiva del capítulo local del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

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

Dialogamos con el sector público a partir de diferentes instancias de participación público-privadas, aportando nuestro conocimiento sobre el mundo del trabajo:

- 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 del Gobierno la Ciudad de Buenos Aires.
- Dirección de la Mujer, Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Oficinas de empleo de los municipios de Bahía Blanca, Pergamino y Berazategui (Prov. de Buenos Aires) y Rosario de Lerma (Prov. de Salta).

A su vez, integramos las siguientes cámaras empresarias:

- Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario (FAETT)<sup>13</sup> - Consejo Directivo.
- Cámara Argentina de Empresas de Servicios Empresariales Especializados y Complementarios (CASEEC)<sup>14</sup> - nuestro Director General es su Vicepresidente 1°.

## Reconocimientos 2011

- 2do. puesto en el Ranking 2011 de Gestión Integral orientada a la Sustentabilidad, otorgado por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina - AMCHAM.
- Premio Emprendedor Solidario, otorgado por el Foro Ecuménico para el programa de Voluntariado Corporativo "Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo".
- **1er. Premio inaugural Lifetime Achievement de la revista CR Magazine** a Jeffrey Joerres - Presidente y CEO de ManpowerGroup - por su compromiso con la Responsabilidad Social durante toda su carrera.



Eduardo March, Subdirector General, Alfredo Fagalde, Director General, y líderes de Sustentabilidad y Asuntos Públicos en la entrega de premios de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina - AMCHAM.

13. [www.faett.org.ar](http://www.faett.org.ar)

14. [www.caseec.com.ar](http://www.caseec.com.ar)



# IDENTIFICACIÓN E INVOLUCRAMIENTO CON LAS PARTES INTERESADAS

“La identificación de las partes interesadas y el involucramiento con las mismas son fundamentales para la responsabilidad social”.<sup>15</sup>

*Inducción a nuevos empleados de la compañía.*

Identificamos, conocemos y nos relacionamos con nuestros grupos de interés a partir de diferentes canales de comunicación que nos permiten estar informados sobre sus inquietudes y necesidades, y escuchar sus sugerencias y expectativas; de manera de gestionar posibles riesgos y construir entre todos un negocio sustentable.

Definición de grupos de interés por la Norma ISO 26000: “Las partes interesadas son organizaciones o individuos que tienen uno o más intereses en cualquiera de las decisiones o actividades de una organización”.<sup>16</sup>

## CLIENTES

Empresas y organizaciones que nos demandan soluciones en el mercado laboral. Son un conjunto heterogéneo, por su tamaño y por las regiones donde operan.

## PROVEEDORES

Conjunto de empresas de amplia diversidad que nos proporcionan día a día bienes y servicios para que podamos cumplir con nuestras actividades.

## ASOCIADOS

Personas que, seleccionadas mediante un proceso basado en entrevistas, trabajan para nuestros clientes y hacen a la calidad del servicio que brindamos.

## CANDIDATOS

Personas que se postulan con la intención de ser elegidas para ocupar algún puesto eventual, permanente o por proyecto en nuestras empresas cliente.

## GOBIERNO

Instituciones gubernamentales de nivel nacional, provincial y municipal.

## COMUNIDAD

Personas, instituciones y organizaciones, con las que desarrollamos proyectos y actividades con un fin social.

## EMPLEADOS

Colaboradores distribuidos en las oficinas de todo el país, contratados por tiempo indeterminado, tiempo parcial o a prueba.

## MEDIOAMBIENTE

Entorno en el cual la actividad de ManpowerGroup Argentina genera influencia directa e indirecta.



15. Sección 3.3.3 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

16. Sección 5.3.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

## Díálogos con nuestros grupos de interés en el marco del proceso de selección de contenidos para el Reporte de Sustentabilidad<sup>17</sup>

Durante 2011 realizamos dos diálogos presenciales sobre el Reporte de Sustentabilidad. En un primer diálogo participaron 32 empresas proveedoras; y en otro encuentro, 12 representantes de empleados, responsables del área de Recursos Humanos de empresas clientes, organizaciones aliadas, prensa especializada en RSE y por primera vez invitamos a asociados y candidatos.

Los resultados obtenidos fueron parte fundamental de nuestro análisis de selección de contenidos para publicar en este Reporte. En estos dos encuentros relevamos 18 expectativas; y realizamos un ejercicio de ponderación de temas relevantes para la gestión de sustentabilidad de ManpowerGroup que fueron cruzados con las opiniones del Comité de Dirección, del Grupo Operativo responsable del relevamiento de información para esta publicación, y los resultados de la encuesta online y de los diálogos realizados en el marco del Reporte 2010.

Entre las principales expectativas que surgieron en los diálogos se encuentra la realización de una versión resumida, mejorar la difusión interna del Reporte y de temas sustentables que aborde la compañía, aspectos de diseño como la mejora del índice, y la importancia de los testimonios.<sup>18</sup>

Estos diálogos fueron realizados según el estándar de relación con grupos de interés AA1000SES, que forma parte de la Serie AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical Accountability, Reino Unido), y suman a los 9 diálogos organizados años anteriores en donde participaron 114 personas, los cuales nos permiten seguir mejorando estos documentos.

Los contenidos, formato y diseño de este Reporte son resultado de las expectativas de todos los encuentros que realizamos desde 2008; encontrando un equilibrio entre las diferentes opiniones de los participantes.

**“Las diferentes partes interesadas tienen intereses variados y a veces contrapuestos”.<sup>19</sup>**



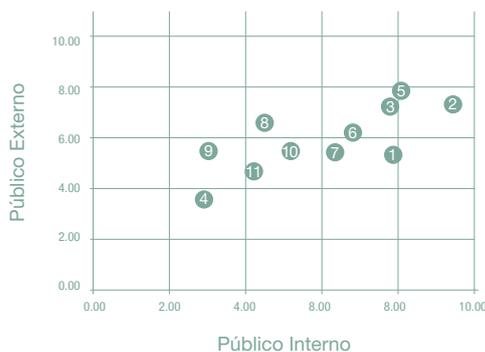
Diálogo con los grupos de interés acerca del Reporte de Sustentabilidad 2010 realizado en Octubre 2011.



Grupo Operativo del Reporte de Sustentabilidad.

### Principales temas clave para nuestra gestión de sustentabilidad, según los grupos de interés y ManpowerGroup Argentina<sup>20</sup>:

#### TEMAS RELEVANTES A INCLUIR EN EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2011



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. Concientización ambiental en comunidades donde opera ManpowerGroup.
10. Voluntariado Corporativo.
11. Relacionamiento con sindicatos, vinculado a empleados y asociados.

17. El análisis de materialidad para la selección de contenidos relevantes para este Reporte fue realizado según el Protocolo Técnico elaborado por GRI en el marco del lanzamiento de la nueva Guía G3.1 y de la versión final del estándar AA1000SES.

18. El detalle de las expectativas surgidas en los diálogos con sus respectivas respuestas fueron comunicadas oportunamente a todos los participantes de dichos encuentros.

19. Sección 5.3.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

20. Ordenados por importancia según el cruce de las opiniones de todos los actores que participaron de este ejercicio.

## En la voz de nuestros grupos de interés

### EMPLEADOS

*“Desde mis comienzos encontré en ManpowerGroup un espacio de escucha, de crecimiento y de desarrollo tanto a nivel personal como profesional. Poder contar con un espacio formal de capacitación, con la posibilidad de conciliar aspectos valiosísimos de mi vida familiar y compartir el día a día con personas que me han brindado abiertamente sus conocimientos, su confianza y aliento, me permitieron crecer y estar hoy en esta posición y con este nuevo desafío”.*

**Dolores González del Solar**  
Jefe de Compras de ManpowerGroup Argentina

### CLIENTES

*“En 2006 lanzamos en YPF un Programa de Inserción laboral de Personas con discapacidad focalizado en la Red Propia de Estaciones de Servicio de todo el país. También se sumaron ingresos en otras áreas de la compañía. A partir de estas inserciones se observaron equipos más comprometidos y con una mejora notable en el clima laboral ya característico de los equipos inclusivos. Varios vivimos una experiencia en donde nos autodescubrimos día a día, muchas veces con dudas, no siempre con todas las respuestas. Valoramos esta experiencia que nos ha permitido crecer, destacar el aporte de ManpowerGroup en todas las etapas del proceso y destacar el compromiso social de nuestra compañía.”*

**Agustín Lamarca**  
Director Recursos Humanos Comercial de YPF

### PROVEEDORES

*“El encuentro de RSC organizado por ManpowerGroup resultó un ámbito propicio para poder escuchar y ser escuchados en un intercambio franco y cordial que nos permita identificar mejor el punto donde se encuentran nuestras mutuas necesidades. Como proveedores, celebramos este tipo de iniciativas que tienden a facilitar un diálogo más equilibrado entre actores de diferentes escalas y envergaduras. Fue para nosotros un gusto participar de esta reunión y aguardamos futuras convocatorias para seguir compartiendo inquietudes y visiones con una empresa que ha asumido un compromiso activo con la comunidad, al cual adherimos.”*

**Lic. Horacio Losada**  
GM consultora



Dolores González del Solar junto a sus hijos.



Agustín Lamarca en reconocimiento a Red Propia YPF como “Socios en la Inclusión”.



Capacitación en RSC a proveedores.

## GOBIERNO Y SOCIEDAD

*“El apoyo que el sector privado brinda a instituciones como CIPPEC es fundamental para consolidar una sociedad civil que crece en nuestro país, y cuya participación suma cada vez más calidad a los debates de política pública. Año a año, el aporte de Manpower posibilita que CIPPEC afiance su misión y profundice líneas de trabajo sustentables en el largo plazo. Además, la empresa participa de diferentes espacios institucionales que CIPPEC abre a líderes y empresarios para fortalecer la relación que la organización construye con el sector privado y, al mismo tiempo, potenciar el impacto de sus diversas iniciativas. Concretamente, el aporte de Manpower a CIPPEC permitió que la institución desarrolle investigaciones y proyectos estratégicos que considera un insumo fundamental para avanzar hacia una Argentina que crezca con mayor equidad”.*

**Fernando Straface**

Director Ejecutivo de CIPPEC - Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento

## COMUNIDAD

*“La Red de Egresados de Fundación Cimientos articula con ManpowerGroup con el fin de brindar oportunidades a los egresados de Cimientos. ManpowerGroup apoya la Red de Egresados no sólo con un aporte económico sino también ofreciendo talleres y compartiendo distintas ofertas laborales que coinciden con el perfil de los integrantes de la Red. El trabajo ha sido siempre de mucho compromiso y brindando oportunidades reales a los jóvenes egresados.”*

**Jessica Malegarie**

Directora de Programas de la Fundación Cimientos

## CANDIDATOS Y ASOCIADOS

*“Cuando fui a la sucursal a recibir el Premio Manpower a la excelencia, no sabía que me iba a encontrar con ese evento. Para mí fue muy lindo haber recibido un reconocimiento por mi trabajo, y más que nada, haber compartido ese momento con todo el plantel de ManpowerGroup. Me parece súper positivo la realización de esta clase de iniciativas, para que sea un incentivo a no bajar el nivel de trabajo y poder superarnos día a día. ¡Gracias!”*

**Emilce Antonino**

Asociada en empresa cliente de Dirección Regional Capital



Taller junto a Fundación Cimientos en Villa Lugano, Ciudad de Buenos Aires.



Reconocimiento Manpower a la Excelencia para asociados.



## EL VALOR DE LOS DERECHOS HUMANOS EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

“Una organización tiene la responsabilidad de respetar los Derechos Humanos, incluso dentro de su esfera de influencia”.<sup>21</sup>

*Cierre del ciclo de formación sanitaria del programa “Huella Solidaria” en Santiago del Estero.*

### Nuestra posición y compromiso: la responsabilidad de respetar los Derechos Humanos<sup>22</sup>

#### ManpowerGroup 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. Aprovechamos nuestras competencias centrales en colaboración con gobiernos, empresas y organizaciones no gubernamentales, con el fin de ayudar a proporcionar empleos y capacitación laboral para grupos vulnerables.

#### ManpowerGroup 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.

21. Sección 6.3.1.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

22. Extraído del Código de Conducta y Ética Empresarial de ManpowerGroup.

En el marco de nuestro respeto por los Derechos Humanos, a lo largo de estos años hemos firmado acuerdos con organizaciones nacionales e internacionales que trabajan en temáticas relacionadas a nuestros valores:

- Adherimos a los Principios Éticos de Atenas, adoptando la política de tolerancia cero respecto a la trata de personas.
- Firmamos una carta de intención con la OIM (Organización Internacional para las Migraciones) por la cual nos comprometemos a brindar asesoramiento y capacitación laboral a víctimas de trata con el fin de apoyar el proceso de integración local y disminuir las posibilidades de re-victimización.
- Tenemos una alianza con el ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados), que reconoce a nuestra compañía como “Empresa Solidaria con las personas refugiadas en Argentina”. De esta manera, asumimos el compromiso de brindar asesoramiento y capacitación a hombres y mujeres refugiados en búsqueda de empleo y de promover su inserción laboral de acuerdo con las necesidades existentes en el mercado.

En ManpowerGroup Argentina trabajamos hace más de diez años en prestar servicios de gestión de recursos humanos para la agroindustria. Esta tarea la realizamos con total compromiso por las personas y su bienestar, y por el cumplimiento de principios de sustentabilidad y ética. Desarrollamos soluciones eficientes para la agroindustria, que acompañen a nuestros clientes a minimizar riesgos propios de este segmento.

Este año en particular, realizamos un análisis profundo de la coyuntura local en la que gestionamos nuestros servicios rurales y, a partir de un trabajo interno, avanzamos en importantes definiciones que repercuten en toda la organización.

Nuestro objetivo fue ofrecer un servicio de calidad que verdaderamente refleje la forma en que queremos llevar adelante los negocios. Esto es, desarrollar soluciones comprometidas con nuestro Código de Conducta y con un marcado respeto por nuestro valor “Gente”.

Para realizar este trabajo contamos con organizaciones aliadas especialistas en Derechos Humanos. Participaron activamente el Comité de Dirección, gerencias regionales y áreas clave de casa central. El proceso fue desarrollado en el transcurso de 2011, tomando como referencia la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social y nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial. Se llevaron a cabo instancias de diálogo y talleres teórico-prácticos sobre los Derechos Humanos y su aplicación en la esfera laboral, desde el reclutamiento hasta las condiciones en que los trabajadores rurales desarrollan sus tareas.

### Taller interno con Comité de Dirección y gerencias relacionadas al negocio rural

Durante mayo realizamos un encuentro con el Comité de Dirección, miembros de las sucursales del NOA y zona núcleo (Provincia de Buenos Aires y Sur de Santa Fe) y representantes de áreas de casa central involucradas, con el objetivo de analizar los riesgos en la gestión del

mercado laboral en la agroindustria y detectar oportunidades de mejora en las distintas etapas de la prestación de nuestros servicios.

El taller duró una jornada y contó con la participación del CEADS como observador y representantes de la Fundación El Otro – Red Puentes como facilitadores y capacitadores en la temática de Derechos Humanos, con énfasis en la trata de personas.



Cristina López

Directora de Programas de Responsabilidad Social- Fundación El Otro  
Miembro del comité ejecutivo- Red Puentes Internacional

*Asumir la responsabilidad de respetar los Derechos Humanos implica enfrentarse a desafíos y dilemas, y para cumplir con ella se requiere del desarrollo de procesos proactivos y exhaustivos de identificación, prevención y abordaje de los impactos actuales y potenciales de las actividades en las que la empresa tiene relación.*

*Nuestra experiencia en el mapeo de riesgos realizada con ManpowerGroup fue sin duda valiosísima desde lo técnico, pero por sobre todo deslumbrante a causa del rol activo ejercido por su dirección, la mejor evidencia de su coherencia con el genuino compromiso con la RS que la constituye en el tipo de organización socialmente responsable que es.*



María José Alzari

Coordinadora Legal del CEADS  
(Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible)

*Haber sido observadora del diálogo interno de Manpower ha resultado una experiencia que demostró de manera concreta cómo una organización aborda situaciones complejas, yendo más allá de sus responsabilidades directas.*

*El diálogo se inició con una capacitación en materia de Derechos Humanos que sirvió de disparador para el análisis profundo del tema. Ha sido notorio y merece ser destacado el compromiso e involucramiento de todos los colaboradores de la compañía, desde la alta dirección de la empresa hasta representantes de sucursales del interior del país. En el mismo, han logrado generar un valioso espacio de confianza como herramienta para un genuino intercambio de opiniones, visiones y experiencias, acerca de las relaciones operacionales del sector. Con innovación se propusieron una serie de mejoras en los procesos y etapas en la gestión de los recursos humanos.*

*Como profesional, especialista en temáticas de Legal & Compliance, ha sido un privilegiado proceso de aprendizaje.*



Taller de formación sanitaria en Juanillo (Atamisqui, Santiago del Estero).



Taller sobre Derechos Laborales del trabajador rural (Atamisqui, Santiago del Estero).



### Estándares de negocio

En el marco de nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, este año formalizamos los Estándares de negocio de ManpowerGroup Argentina para hacer cumplir nuestros principios y valores corporativos en todas las acciones que desempeñamos. Ellos incluyen: el cumplimiento de la ley, aspectos relacionados con el proceso de gestión del personal, transparencia y confiabilidad, trabajo infantil y adolescente, remuneraciones, trabajadores migrantes, entre otros.<sup>23</sup>

### Modelo de gestión

Definimos un plan de mejora de procesos que incluye acciones como: creación de una línea 0800 para que los trabajadores puedan denunciar posibles situaciones de violencia, abuso, sanciones colectivas, etc.; mejora de los procesos de recopilación de la información de cada trabajador y mecanismos de sanción a proveedores que incumplan estándares de calidad.

Para desarrollar y llevar adelante este plan, creamos un grupo operativo de 25 empleados de casa central y sucursales que trabajó durante todo el año para poder alcanzar con éxito las metas propuestas. Por su parte, el Comité Validador, integrado por 7 miembros del Comité de Dirección realizó un seguimiento mensual de los avances del plan.

### Carta de intención

Redactamos una carta de intención para presentarle a los clientes al inicio de nuestra relación comercial, donde se describe el procedimiento de negociación y contratación.

### Folletería, cartelería y material audiovisual

Elaboramos estos materiales para los centros de reclutamiento con el fin de garantizar una comunicación más efectiva al trabajador sobre sus derechos y obligaciones durante su asignación a través de ManpowerGroup.

## Capacitación

Código de conducta

Estándares de negocios

Políticas y procedimientos de gestión

Políticas y procedimientos de control

23. Para más información ver página 13 de este Reporte.



### Sistema de detección de huellas dactilares.

Disponemos de lectores de huellas dactilares para mejorar los controles en todo el proceso de reclutamiento y traslado de los trabajadores.

### Clínicas y análisis preocupacionales

Formalizamos todos los acuerdos con las clínicas en las que se realizarían los exámenes preocupacionales, garantizando los estándares de calidad de los servicios contratados.

### Bancarización de trabajadores rurales

Gestionamos más de 5.000 tarjetas de débito para los trabajadores rurales que en los últimos años vienen trabajando con ManpowerGroup.

### Elaboración de dieta estandarizada para los trabajadores.

Nutricionistas contratadas para tal fin elaboraron dos dietas para los trabajadores, respetando sus pautas culturales de alimentación.



Asociados de Manpower para el negocio rural.

## Acciones en materia de Derechos Humanos con nuestros grupos de interés<sup>24</sup>

Asumimos un rol activo en la Red de empresas contra el Trabajo Infantil, participando en la Subcomisión de Sistematización e intervención comunitaria, y en el Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad, iniciativas desarrolladas junto al Ministerio de Trabajo de la Nación. De esta forma, aportamos nuestro compromiso, conocimiento y experiencia para la prevención y erradicación del trabajo infantil, y para la promoción de la inclusión laboral de personas con discapacidad.

A su vez, difundimos a lo largo de toda nuestra cadena de valor las dos campañas de comunicación generadas en el marco de la Red de empresas contra el Trabajo Infantil:

- Campaña del 12 de junio para conmemorar el Día Internacional de la Lucha contra el trabajo infantil.
- Campaña “Cadena de valor”, lanzada el 20 de noviembre para conmemorar el aniversario de la Convención de los Derechos del niño.

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.



Campaña de concientización contra el trabajo infantil de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI).

24. Para mayor información sobre nuestro programa “Huella Solidaria” ver página 36.



## NUESTRO COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

“Una organización tiene mucho que ganar si opta por un enfoque activo que asegure la igualdad de oportunidades y el respeto para todos los individuos”.<sup>25</sup>

*Voluntariado corporativo “Entrelazados comprometidos con los jóvenes y el trabajo”*

En el marco de nuestra gestión de sustentabilidad desarrollamos 7 programas relacionados directamente con nuestro negocio, donde involucramos a todos nuestros grupos de interés y áreas de la empresa para generar un mayor impacto.

|                                      | Clientes | Asociados | Empleados | Comunidad | Gobierno | ONGs | Universidades | Organismos Internac. |
|--------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|------|---------------|----------------------|
| Oportunidades para todos             | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    | ■             |                      |
| Juntos por los Jóvenes               | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    | ■             |                      |
| Sin Fronteras                        | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    |               | ■                    |
| Huella Solidaria                     | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    | ■             |                      |
| La Mujer en la Empresa Contemporánea | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    | ■             | ■                    |
| Mayores Talentos                     | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    |               |                      |
| Entrelazados                         | ■        | ■         | ■         | ■         | ■        | ■    | ■             | ■                    |

25. Sección 6.3.7.1 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

## Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

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

Contamos con un programa de voluntariado corporativo desde 2005 con el objetivo de que nuestros empleados asuman un rol activo en nuestros programas de RSC y aporten sus conocimientos, tiempo y contactos en pos de la diversidad y la mejora de la empleabilidad de grupos vulnerables.

Los voluntarios:

- Organizan y dictan talleres de formación sobre temáticas específicas relacionadas con el mundo del trabajo.
- Son capacitados en voluntariado y trabajo social.
- Realizan un acompañamiento en el desarrollo laboral de los participantes de los programas.
- 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.
- Comparten experiencias entre voluntarios, transfiriendo conocimiento y alentando a otros a sumarse.

Este año 34 voluntarios de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires participaron del ciclo de "Diálogos Entrelazados" sobre temáticas de educación, juventud, adultos mayores y discapacidad.

Como todos los años, el 5 de diciembre celebramos el "Día Internacional del Voluntario": los voluntarios de todo el país se reunieron durante la semana para festejar y compartir una nueva edición del "Anuario Entrelazados", que recopila las experiencias vividas durante 2011. En esta oportunidad, en el marco del "Día de la Discapacidad", el 3 de diciembre, todos los empleados de Casa Central, Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires fueron invitados a participar de un paseo cultural interactivo que buscó concientizar y acercarlos a la temática. El recorrido incluyó una muestra fotográfica del programa "Oportunidades para todos" y un espacio para la escucha de la lectura de textos en braille a cargo de una guía ciega. El cierre del encuentro estuvo a cargo del Coro del Instituto Integral de Educación compuesto por alumnos hipoacúsicos y oyentes.

1.230

horas de voluntariado

21,5%

de empleados voluntarios



Festejo del Día del Voluntario junto a jóvenes hipoacúsicos del coro del Instituto Integral de Educación.

| Resultados “Entrelazados”                                       | 2009   | 2010   | 2011                 |
|---|--------|--------|----------------------|
| Inversión total en horas de voluntariado (pesos) <sup>(1)</sup> | 63.943 | 67.509 | 53.265               |
| Cantidad total de horas de voluntariado                         | 2.359  | 1.918  | 1.230 <sup>(2)</sup> |
| % empleados involucrados  | 21,1%  | 22,1%  | 21,5%                |
| Cantidad de empleados con rol activo                            | 158    | 160    | 150                  |
| Gerentes y Directores   | 11     | 12     | 11                   |
| Mandos Medios   | 28     | 28     | 22                   |
| Personal no jerárquico  | 119    | 120    | 117                  |
| Cantidad de voluntarios capacitados                             | 49     | 61     | 34                   |

(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.

(2) La baja de horas tiene que ver con la menor realización de espacios de formación y capacitación, y la no realización de la jornada de Coordinadores de RSC.

## Oportunidades para Todos

### Promoción de la inserción laboral de personas con discapacidad.



A través de este programa acompañamos y asesoramos a las empresas en los procesos de inclusión e inserción laboral, a través de la consultoría en discapacidad. Además, capacitamos a las personas con discapacidad en nuestra Escuela de Formación Laboral para brindarles herramientas que favorezcan su inserción laboral. Contamos con una base de datos de más de 2000 personas con discapacidad que han sido entrevistadas y evaluadas por nuestro equipo de profesionales.

Con el objetivo de promover la diversidad en el mundo del trabajo, poniendo énfasis en la inserción laboral de personas con discapacidad, desarrollamos desde hace 8 años el programa “Oportunidades para todos”.

Durante 2011, en el marco de nuestra Escuela de Formación Laboral para personas con discapacidad, realizamos nuevos talleres de capacitación acordes a las demandas del mercado laboral y a las necesidades de formación de los candidatos de nuestra base. Nuestros voluntarios corporativos brindaron:

- 19 talleres de formación laboral: con el objetivo de brindar herramientas para que los candidatos realicen su búsqueda de empleo de forma exitosa.
- 2 talleres “Descubriendo tu potencial”: para que los candidatos detecten su potencial laboral formando parte de un encuentro grupal.
- 5 cursos de capacitación: dos talleres “El arte de negociar” para incorporar las herramientas necesarias para llevar a cabo un proceso de negociación exitosa, tanto en forma presencial como telefónica; un taller “Camareros y camareras” sobre los conceptos generales para trabajar en hotelería o gastronomía; un taller “Aprendiendo sobre la empresa”, dirigido a personas que aún no han tenido posibilidad de trabajar formalmente en una empresa, para conocer en profundidad cómo se trabaja en los ámbitos corporativos y un taller de “Oratoria”.

26

talleres en la Escuela de Formación Laboral.

606

ejecutivos de empresas cliente capacitados.

768

personas con discapacidad han conseguido un empleo a través de ManpowerGroup desde 2004.

Durante 2011, realizamos dos desayunos con asociados con el objetivo de conocer su experiencia en sus empleos actuales. Además, desarrollamos un desayuno con candidatos de la base de datos que aún no consiguieron empleo para acompañarlos en este proceso, analizando en conjunto cuál es la dificultad y asesorándolos para que puedan modificar aquellas cosas que no estén resolviendo correctamente. Un total de 19 personas ha pasado por esta experiencia.

A través de la realización de ciclos de charlas de actualización en discapacidad, ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de conocer y formarse en distintas temáticas relacionadas, con el fin de concientizarlos y que puedan aplicar los conocimientos a sus puestos de trabajo. En 2011 abordamos las siguientes temáticas: generalidades de la discapacidad, Artritis Reumatoidea,

discapacidad visual y auditiva, y Fibromialgia. Como complemento de la formación, realizamos visitas a las sucursales de la Ciudad de Buenos Aires y del Gran Buenos Aires para presentar la Consultoría en discapacidad y la Escuela de Formación Laboral.

Con el fin de acompañar a nuestros clientes en el acercamiento a la discapacidad en el ámbito laboral, contamos con 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; hasta el servicio de outplacement. Durante 2011, 7 empresas implementaron la consultoría en discapacidad.



Taller de formación laboral para personas con discapacidad intelectual en el Centro de Formación Laboral N° 1, Prov. de Bs As.

## Resultados “Oportunidades para Todos”

|  | 2009 | 2010 | 2011               |
|--|------|------|--------------------|
| <b>Con clientes:</b>   |      |      |                    |
| Cantidad de ejecutivos de empresas cliente que fueron capacitados en diversidad                                | 120  | 135  | 606 <sup>(1)</sup> |
| Cantidad de talleres de concientización y capacitación en diversidad   | 10   | 9    | 30                 |
| Cantidad de nuevas empresas comprometidas  | 7    | 14   | 12                 |
| <b>Con los candidatos:</b>   |      |      |                    |
| Cantidad de personas con discapacidad que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup                       | 72   | 78   | 113                |
| Cantidad de personas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup desde la creación del programa en 2004 | 557  | 635  | 768                |
| Total de talleres para personas con discapacidad   | 20   | 25   | 26                 |
| Cantidad de personas capacitadas en los talleres   | 138  | 170  | 217                |
| <b>Con nuestros empleados:</b>   |      |      |                    |
| Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en ManpowerGroup desde 2004.                                 | 90   | 112  | 153                |
| Horas de capacitación en temáticas de discapacidad   | 471  | 366  | 156 <sup>(2)</sup> |
| Cantidad de horas de voluntariado  | 150  | 58   | 192 <sup>(3)</sup> |
| Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres   | 10   | 8    | 28                 |

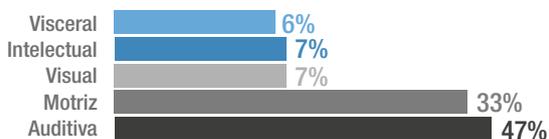
(1) El incremento respecto a los años anteriores se debe a que una empresa cliente capacitó a todos sus colaboradores en diversidad e inclusión.

(2) Para las horas de capacitación se contabilizaron dos capacitaciones vía e-learning y cinco capacitaciones presenciales del ciclo de actualización. La disminución de horas se debe a que hasta el año 2010 se realizaban capacitaciones en discapacidad únicamente de forma presencial, las cuales demandaban varias horas. En 2011 se implementó el uso de capacitación virtual vía e-learning con el fin de capacitar a más empleados a nivel nacional y, a su vez, que cada persona pueda gestionar el momento en que la realiza.

(3) Las horas de voluntariado han aumentado debido a que, con la Escuela de formación laboral para personas con discapacidad y el incremento de talleres por perfiles, se han sumado más voluntarios. A su vez, como el voluntario tiene la posibilidad no solo de dictar un taller sino también de diseñarlo y armarlo, son muchas más horas las que se dedican a esa actividad.

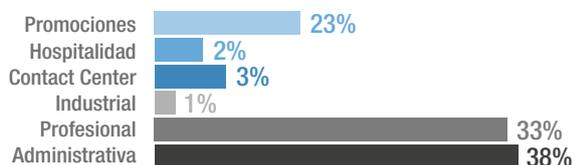
### Inserciones por tipo de Discapacidad

Período 2004 – 2011 · Total: 768 Personas



### Inserciones por Unidad de Negocio - Categoría Laboral Cubierta

Período 2004 – 2011 · Total: 768 Personas



### Alianzas:

#### Gobierno:

- Comisión para la Plena Integración de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas con Discapacidad (CONADIS).
- Ministerio de Trabajo de la Nación.
- Área de Discapacidad de los Municipios de: Moreno, San Miguel y Pilar (Provincia de Buenos Aires).

#### Organizaciones sociales:

- Programa de Capacitación e Inserción Laboral de la Población Ciega (AGORA).
- Instituto Villasoles.
- Centro Dar.
- Cascos Verdes.
- Fundación Step.
- CCRAI.
- Fresenius.
- Instituto Súlyay.
- Asociación Reumatoidea (Hospital Roca).
- Asociación Civil Fibroamérica.
- Un lugar para aprender - Centro del desarrollo infantil (Rosario).
- Centro de Formación Integral – CEFI (Rosario).

#### Instituciones educativas:

- Escuelas especiales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Escuela Gabriela Mistral (Ciudad de Buenos Aires).
- Escuela especial N° 503 Lomas de Zamora.
- Escuela especial N° 501 Ezeiza.
- Instituto Integral de Educación.



Talleres de formación laboral del programa "Oportunidades para Todos" dictados por voluntarios de Casa Central y Sucursal Monte Grande.

## Juntos por los Jóvenes

### Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.

Realizamos talleres de formación laboral, efectuamos seguimiento y asesoramiento en los procesos de postulación y posibles inserciones y 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.

Desde 2004 trabajamos para 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.

En 2011, 24 estudiantes de la carrera de Recursos Humanos del Instituto Pedro Goyena – Universidad Católica de La Plata (Sede Bahía Blanca) participaron como voluntarios a partir de la alianza con la empresa cliente Dow para su programa “Buen trabajo”. A su vez, en el marco del VII Congreso Internacional, “Cultura del trabajo. Nuevos escenarios educativos y laborales” realizado en la ciudad de Córdoba, nuestros voluntarios dictaron el taller “Herramientas para la Inserción Laboral” donde compartieron sus experiencias y conocimientos con 200 alumnos de nivel medio y docentes.

#### Continuamos capacitando a los jóvenes de Fundación Cimientos

Por segundo año consecutivo, durante los meses de septiembre y octubre, los voluntarios de ManpowerGroup acompañaron a los jóvenes becados de la Fundación Cimientos, próximos a terminar su ciclo secundario.

Más de 200 jóvenes de 15 localidades de las provincias de Buenos Aires, Neuquén, Chubut, Jujuy, Mendoza, Tierra del Fuego, Santa Cruz y Santa Fe recibieron los consejos de los voluntarios entrelazados para comenzar a imaginarse sus oportunidades laborales.

4.894

jóvenes capacitados en formación laboral desde 2004.

24

estudiantes de RRHH del Instituto Pedro Goyena de Bahía Blanca como voluntarios en 2011.

17

alianzas estratégicas con gobierno, sociedad civil y empresas.



“Juntos por los jóvenes” en Olivos, Prov. de Bs. As. junto a la organización Doncel.

#### Resultados “Juntos por los jóvenes”

|  | 2009  | 2010  | 2011  |
|--|-------|-------|-------|
| Cantidad de jóvenes entrevistados en nuestras oficinas   | 277   | 150   | 129   |
| Cantidad de talleres de formación laboral realizados   | 42    | 54    | 37    |
| Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral                              | 1.288 | 929   | 644   |
| Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral desde el inicio del programa | 3.321 | 4.250 | 4.894 |
| Cantidad de escuelas técnicas involucradas   | 17    | 5     | 2     |
| Cantidad de ONGs que participaron  | 15    | 10    | 9     |
| Cantidad de provincias involucradas  | 12    | 15    | 14    |
| Cantidad de horas de voluntariado  | 850   | 592   | 430   |
| Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres   | 85    | 74    | 62    |

### Alianzas:

#### Gobierno:

- Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego.
- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Municipalidades de Monte Grande, Pilar y Bahía Blanca (Provincia de Buenos Aires).

#### Empresas:

- DOW Argentina (Programa “Buen Trabajo”).
- Pepsico (“Red jóvenes con futuro”).

#### Instituciones Educativas:

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

#### Organizaciones sociales:

- Fundación Cimientos.
- Asociación Civil Doncel.
- Fundación Uniendo Caminos.
- Fundación Tzedaká.
- Fundación Pescar.
- Fundación Junior Achievement.
- Fundación Forget.
- Hogar Escuela María Benita Arias (Río Cuarto, Provincia de Córdoba).

## Sin fronteras

### Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.



Nuestros voluntarios organizan talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo a grupos de personas refugiadas, mientras que en nuestras sucursales realizamos entrevistas según los perfiles e intereses.

A través de este programa que implementamos hace 5 años, buscamos brindar acompañamiento laboral y provisión de herramientas para la búsqueda de empleo a personas migrantes y refugiadas en la Argentina.

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).

En 2011 se sumaron las sucursales de Córdoba para trabajar junto a 4 refugiados colombianos que se instalaron en la ciudad a partir de una iniciativa de la Secretaría de Derechos Humanos del Gobierno de la Provincia de Córdoba.



Taller de formación laboral para refugiados en el marco del programa “Sin Fronteras”.

85

personas refugiadas participaron en los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo en 2011.

69

personas consiguieron empleo en empresas cliente y en ManpowerGroup desde 2007.

2011

comenzamos a trabajar en la provincia de Córdoba con refugiados colombianos.

#### 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.
- Secretaría de Derechos Humanos del Gobierno de la Provincia de Córdoba.

#### Resultados “Sin fronteras”

|  | 2009 | 2010              | 2011              |
|--|------|-------------------|-------------------|
| Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo | 177  | 75                | 85                |
| Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres desde el comienzo del programa en 2007  | 300  | 375               | 460               |
| Cantidad de talleres dictados  | 10   | 12 <sup>(1)</sup> | 10 <sup>(2)</sup> |
| Cantidad de refugiados entrevistados en nuestras oficinas  | 110  | 60                | 72                |
| Cantidad de personas refugiadas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup   | 18   | 15                | 10                |
| Cantidad de horas de voluntariado  | 64   | 72                | 54                |
| Cantidad de voluntarios de Casa Central y sucursales   | 16   | 18                | 18                |

(1) Se realizaron 11 talleres en la Ciudad de Buenos Aires y 1 en Mendoza.

(2) Se realizaron 9 talleres en la Ciudad de Buenos Aires y 1 en Córdoba.

## 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.

Un proceso de diálogo con nuestros grupos de interés:

**Empresas:** ponemos en la agenda empresaria el tema de la participación de la mujer en el mundo del trabajo, con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar, como un factor clave en el desarrollo de economías más inclusivas.

**Público interno** (con especial foco en mujeres madres): a través de nuestro plan integral de conciliación buscamos dar respuesta a las necesidades de equilibrio entre la vida laboral y familiar.<sup>26</sup>

**Comunidad:** dictamos talleres de orientación laboral para mujeres en proceso de reinserción laboral.

A través de este programa que desarrollamos desde 2006, promovemos el rol de la mujer en el mundo del trabajo.

Este año, bajo el eje de la Ley N° 26.485 de Protección Integral a la Mujer, organizamos una serie de desayunos, donde representantes del Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School, del Área de Género del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y del área de Relaciones Laborales de ManpowerGroup Argentina reflexionaron sobre aquellos temas de la agenda de RR.HH. que impactan en las

organizaciones y los retos que abordan las compañías para generar entornos de trabajo inclusivos.

Estos encuentros fueron realizados en la Ciudad de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza, con la participación de 130 personas, entre ejecutivos de recursos humanos, de legales y de responsabilidad social empresaria.

Por otra parte, administramos talleres de orientación laboral para mujeres que buscan reinserirse en el mundo del trabajo, apoyándolas en su formación para la búsqueda de empleo y en el desarrollo de aptitudes personales y sociales.



26. Para más información ver capítulo de “Acciones con empleados”.

130

ejecutivos de RRHH participaron de desayunos sobre entornos laborales inclusivos para la mujer en 4 provincias en 2011.

18

mujeres participaron de los talleres de orientación laboral.

### Guía de Buenas Prácticas de Empresas Familiarmente Responsables

Este año ManpowerGroup acompañó la difusión de la Guía de Buenas Prácticas “Hacia una Empresa Familiarmente Responsable” que desarrolló el Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School de la Universidad Austral. Esta publicación recoge más de 20 experiencias de iniciativas que promueven la conciliación trabajo-familia implementadas en empresas de diversos sectores y tamaños de la economía y geografía del país, entre las que se ven reflejadas varias de las políticas de conciliación que se viven en ManpowerGroup.

### Alianzas:

- Club IFREI (Centro ConFyE – IAE).
- Complejo Penitenciario de Ezeiza.
- Consultora Más Valores.
- Dirección de Readaptación Social del Ministerio de Justicia de la Nación.
- Fundación CIPPEC.
- Fundación Españoles en el Mundo.
- Observatorio de la Maternidad.
- Portal Materna ([www.materna.com.ar](http://www.materna.com.ar)).
- Área de Género PNUD.

ManpowerGroup apoyó el trabajo de investigación de CIPPEC “Un análisis de las políticas de cuidado infantil: caso de estudio en la provincia de Santa Fe”.

### Resultados “La mujer en la empresa contemporánea”

|  | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|
| Cantidad de mujeres que participaron de los talleres de orientación laboral                | 90   | 72   | 18   |
| Cantidad de talleres realizados en las unidades carcelarias de Ezeiza                      | 2    | 1    | 0    |
| Cantidad de mujeres que participaron de los talleres en las unidades carcelarias de Ezeiza | 26   | 12   | 0    |
| Cantidad de horas de voluntariado  | 63   | 36   | 18   |
| Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres                                 | 9    | 6    | 4    |



Desayuno con clientes en Córdoba sobre la mujer y entornos laborales inclusivos.



Taller de reinserción laboral junto a Materna.

## Mayores Talentos. Valorando la experiencia.

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

Nuestros voluntarios dictan talleres de actualización sobre el mercado laboral a los participantes del Programa de Reinserción Laboral de la Asociación Civil Diagonal.

En la Argentina, quienes tienen entre 45 y 64 años son las personas a las que más tiempo les demanda conseguir un empleo.<sup>27</sup> Teniendo en cuenta este escenario, a partir del año 2010 lanzamos un programa para concientizar a la sociedad sobre la “exclusión social invisible” de las personas mayores de 45 años desempleadas y brindar a este grupo herramientas de orientación laboral para su reinserción.

En 2011 apoyamos la investigación “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”, realizada por CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento) y la Asociación Civil Diagonal. El estudio contó con un exhaustivo análisis de información que incluyó entrevistas a referentes de la temática e instancias de grupos focales en varias ciudades del país con personas mayores de 45 años desempleadas y con empleadores.<sup>28</sup>

#### Alianzas:

- Fundación CIPPEC.
- Asociación Civil Diagonal.

380

personas participaron de los talleres de reinserción laboral dictados por los voluntarios de ManpowerGroup desde 2009.

28

adultos mayores de 45 años obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup en 2011.

| Resultados “Mayores Talentos. Valorando la experiencia”   | 2009 <sup>(1)</sup> | 2010 | 2011 |
|---|---------------------|------|------|
| Cantidad de talleres de reinserción laboral realizados  | 3                   | 10   | 9    |
| Cantidad de adultos mayores de 45 años participantes de los talleres                                  | 30                  | 200  | 150  |
| Cantidad de adultos mayores de 45 años que asistieron a entrevista en las sucursales de ManpowerGroup | -                   | 130  | 100  |
| Cantidad de horas de voluntariado   | 20                  | 72   | 36   |
| Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres  | 5                   | 18   | 11   |

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



Taller de formación laboral para mayores de 45 años.

27. Fuente: Investigación “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”, realizada por CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento) y la Asociación Civil Diagonal, con el apoyo de ManpowerGroup.

28. El informe completo se encuentra en <http://bit.ly/INFORME>



## 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 ManpowerGroup.

Con el objetivo de contribuir con la empleabilidad de los trabajadores rurales y sus familias en las zonas donde operamos, realizamos un ciclo de formación sanitaria en comunidades de Santiago del Estero. Sensibilizamos a nuestros asociados y sus familias sobre la problemática del trabajo infantil agrícola y dictamos charlas de capacitación sobre derechos laborales.

En 2011, realizamos el ciclo de formación sanitaria en 8 comunidades de Santiago del Estero: San Gerónimo, Villa Vieja y KM83 (Loreto), Tasigasta, Ventura Pampa y Juanillo (Atamisqui), Tala Atum (Mailín) y KM11 (Avellaneda). Se desarrollaron abordajes preventivos sobre: mal de Chagas, tuberculosis, alcoholismo, enfermedades bronquiales obstructivas, VIH, educación sexual, violencia doméstica, nutrición y seguridad en el trabajo.

Participaron en este proceso 90 personas, en su mayoría mujeres de los trabajadores asociados de la Unidad de Negocios Rural de ManpowerGroup, que se convirtieron en agentes multiplicadores de estas temáticas en sus comunidades y en las escuelas a las que asisten sus hijos.

Para ampliar el impacto de las actividades de concientización en temáticas sanitarias, contamos con un espacio radial en FM Fantástica (Loreto), la emisora local más escuchada en todo el ámbito rural. Durante 2011 desarrollamos siete columnas acerca de: presentación del programa Huella Solidaria, alcoholismo, enfermedades bronquiales obstructivas, educación sexual e información sobre derechos laborales.

En septiembre, al finalizar el ciclo de formación sanitaria, realizamos en la comunidad rural de Tasigasta (Atamisqui) el Cuarto Encuentro de Comunidades Rurales con la participación activa de más de 90 vecinos de las 6 comunidades involucradas de los departamentos de Loreto y Atamisqui. El objetivo fue generar un espacio de intercambio de experiencias para evaluar el impacto del proceso de formación sanitaria y formalizar compromisos de trabajo de concientización en salud para que cada comunidad gestione autónomamente durante 2011.

A su vez, continuamos organizando las charlas sobre temáticas laborales a partir del involucramiento como voluntarios de empleados de la sucursal y de los Centros de Reclutamiento de Santiago del Estero. Aportaron su conocimiento e información a más de 190 trabajadores rurales asociados en temáticas tales como: documentación personal, asignaciones familiares, RENATRE, uso de obra social. Se trabajó en parajes de los departamentos de Añatuya, Silípica, Mailín, Salavina, Loreto y Atamisqui.

Este año firmamos un convenio con la Universidad Nacional de Santiago del Estero, a través del cual, tres



Taller de formación sanitaria en Juanillo (Atamisqui, Santiago del Estero).



Cierre del ciclo de formación sanitaria en Ventura Pampa (Loreto, Santiago del Estero)

estudiantes de la carrera de Educación para la Salud acompañaron, en el marco de su práctica profesional, a los empleados de ManpowerGroup en su labor en las comunidades rurales.

Además, organizamos por sexto año la Campaña Solidaria para recolectar zapatillas para los niños de las ocho escuelas en las que se desarrolló el programa. 232 empleados de casa central y sucursales colaboraron con 672 pares de zapatillas. ManpowerGroup donó también equipamiento, juegos y materiales para las escuelas, que fueron entregados por 30 voluntarios que viajaron especialmente a la zona.

ManpowerGroup cuenta con una Educadora para la Salud en Santiago del Estero para el desarrollo e implementación de las actividades. Además, los empleados de la sucursal de la ciudad de Santiago del Estero y de los dos centros de reclutamiento de la compañía en la provincia se comprometen como voluntarios corporativos para el dictado de los talleres sobre derechos laborales.

**450+**  
trabajadores rurales y sus familias de 27 comunidades de Santiago del Estero fueron capacitados en temáticas sanitarias desde 2006.

Firmamos un convenio con la Universidad Nacional de Santiago del Estero para integrar estudiantes a la labor en las comunidades rurales.

**90+**  
vecinos participaron del 4° Encuentro de Comunidades Rurales como cierre del ciclo de formación sanitaria.

#### Alianza:

- Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI).
- Universidad Nacional de Santiago del Estero.

#### ¿Qué hacemos?

FEBRERO - MARZO

**Diagnóstico y relevamiento** de comunicaciones

ABRIL - SEPTIEMBRE

#### Intervención comunitaria

- Charlas de capacitación sobre **derechos laborales** dirigidas a trabajadores rurales.
- Ciclo de **formación sanitaria** dirigido a las mujeres de los trabajadores rurales.
- Impacto en las **escuelas** de las comunidades.

OCTUBRE

#### Cierre de actividades

con la visita de los voluntarios de ManpowerGroup

NOVIEMBRE - DICIEMBRE

**Capacitación** en temáticas sanitarias para trabajadores rurales en los **campamentos de trabajo**.



Alumnos de la escuela rural en Ventura Pampa (Loreto, Santiago del Estero) reciben a los voluntarios de ManpowerGroup.

| Resultados "Huella Solidaria"   | 2009 | 2010 | 2011             |
|---|------|------|------------------|
| Cantidad de comunidades visitadas   | 9    | 10   | 8 <sup>(1)</sup> |
| Cantidad de encuentros del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre)    | 128  | 108  | 110              |
| Cantidad de participantes del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre) | 55   | 95   | 90               |
| Cantidad de asociados capacitados en temáticas laborales                      | 260  | 300  | 190              |
| Cantidad de horas de voluntariado   | 505  | 588  | 450              |
| Cantidad de voluntarios que participaron de las actividades                   | 55   | 40   | 30               |

(1) Hubo una novena comunidad (Coro Pampa, Depto. Silipica) donde se decidió suspender el trabajo luego de tres encuentros.



## ACCIONES CON EMPLEADOS

“Como empleador, una organización contribuye a uno de los objetivos más ampliamente aceptados de la sociedad, la mejora del nivel de vida a través del pleno empleo, de la estabilidad en el empleo y del trabajo decente”.<sup>29</sup>

Jornada “Manpower con nuestros hijos” en Casa Central.

16%

de participación de personas de grupos vulnerables en nuestras búsquedas internas.

207

reuniones de acompañamiento a líderes.

28

empleados premiados en el Programa Nacional de Reconocimiento.

### Visión y Misión del departamento de Recursos Humanos

#### Visión

Ser reconocidos como especialistas en la gestión de Recursos Humanos, contribuyendo al logro del plan estratégico de la compañía y haciendo de ManpowerGroup “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.

29. Sección 6.4.3.1 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

## Empleados en cifras

2010 2011

### Por categoría

|                                     |     |     |
|-------------------------------------|-----|-----|
| Alta Gerencia (Comité de Dirección) | 11  | 11  |
| Nivel Gerencial                     | 36  | 40  |
| Mandos Medios                       | 104 | 98  |
| Comerciales y Administrativos       | 584 | 544 |

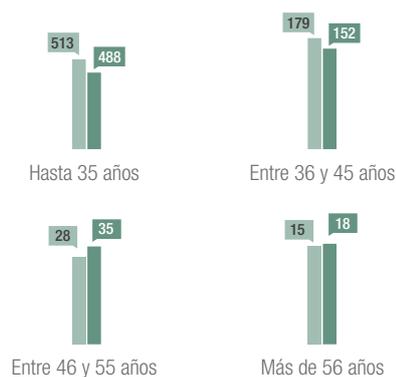
### Cantidad de empleados

735 693

### Antigüedad promedio (en años)

|                                     |      |       |
|-------------------------------------|------|-------|
| Alta Gerencia (Comité de Dirección) | 22   | 22,57 |
| Nivel Gerencial                     | 9    | 10,37 |
| Mandos Medios                       | 8    | 8,53  |
| Comerciales y Administrativos       | 4    | 3,88  |
| TOTAL                               | 4,84 | 5,21  |

### Por edad



### Por Género

|                                     | Hombres |     | Mujeres |     |
|-------------------------------------|---------|-----|---------|-----|
| Alta Gerencia (Comité de Dirección) | 7       | 7   | 4       | 4   |
| Nivel Gerencial                     | 24      | 22  | 12      | 18  |
| Mandos Medios                       | 45      | 44  | 59      | 54  |
| Comerciales y Administrativos       | 266     | 227 | 318     | 317 |
| TOTAL                               | 342     | 300 | 393     | 393 |

### Edad por categoría Año 2011

|                                     | Hasta 30 años | De 30 a 50 años | Más de 50 años |
|-------------------------------------|---------------|-----------------|----------------|
| Alta Gerencia (Comité de Dirección) | 0             | 5               | 6              |
| Nivel Gerencial                     | 0             | 37              | 3              |
| Mandos Medios                       | 7             | 82              | 9              |
| Comerciales y Administrativos       | 257           | 273             | 14             |

### Rotación del personal

|                               | 2010   | 2011   |
|-------------------------------|--------|--------|
| Indice de Rotación            |        |        |
| Indice de Rotación Total      | 17,9%  | 19,1%  |
| Indice de Rotación no Deseada | 10,5%  | 4,7%   |
| Por Género                    |        |        |
| Mujeres                       | 62%    | 51%    |
| Hombres                       | 38%    | 49%    |
| Por Edad                      |        |        |
| Menores a 30 años             | 10,2%  | 7,7%   |
| Entre 30 y 50 años            | 7,4%   | 10,7%  |
| Mayores de 50 años            | 0,3%   | 0,7%   |
| Por Región (Distribución)     |        |        |
| Casa Central                  | 3,86%  | 3,62%  |
| Sucursales                    | 14,04% | 15,48% |

### Promociones y movimientos internos del personal

#### 46 colaboradores

se presentaron a 21 búsquedas internas.

#### 12% de la nómina

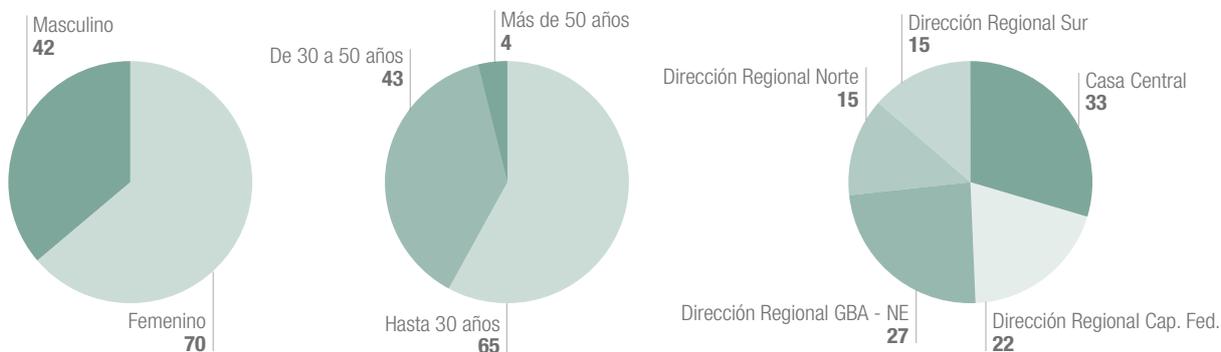
ha sido promovido o transferido de puesto.

#### 74 promociones

de colaboradores se completaron exitosamente.

## Nuevos empleados contratados en 2011

TOTAL: 112



## Encuesta de Clima Laboral

Una de las herramientas clave de nuestra gestión con los empleados es la Encuesta de Clima. A partir de esta información, construimos un plan de acción que permite mejorar las relaciones laborales, el ambiente de trabajo y el desarrollo de cada colaborador.

En 2011 el porcentaje de participación fue del 94%, mostrando el compromiso del personal y la importancia de este canal de comunicación para ellos. Como todos los años, nuestro Director General compartió los resultados con toda la compañía a través de una comunicación y

luego cada Director realizó un cascadeo de los datos particulares a su equipo de trabajo.

A su vez, con el objetivo de potenciar planes locales, planteamos un nuevo esquema que consistió en formar equipos de 10 colaboradores, que se ocuparon de identificar, seleccionar y analizar los problemas y posibilidades de mejora relacionados con su área o lugar de trabajo, recomendando soluciones que fueron presentadas al Comité de Dirección para su aprobación e implementación.

### Principales resultados de la encuesta de clima laboral

|  | 2010 | 2011 |
|--|------|------|
| <b>Trabajo y desarrollo</b>  |      |      |
| Comprendo claramente qué se espera de mí en el trabajo                                 | 79%  | 80%  |
| Cuento con las herramientas y/o los materiales que necesito para hacer bien mi trabajo | 66%  | 66%  |
| <b>Liderazgo y Cultura</b>   |      |      |
| Aquí se trata a la gente con respeto   | 85%  | 85%  |
| Realizamos nuestro trabajo con altos estándares éticos                                 | 82%  | 83%  |
| <b>Nuestros Servicios</b>  |      |      |
| Tratamos a nuestros asociados y candidatos con respeto                                 | 90%  | 93%  |
| Estamos comprometidos a prestar servicios de alta calidad                              | 80%  | 80%  |

## Nuestras herramientas de comunicación interna

### Acciones 2011:

- Redefinimos sistemas y parámetros de medición de la gestión general de nuestra comunicación interna para evaluar mejor cómo contribuimos al logro de objetivos corporativos.
- Administramos y optimizamos el uso de todas las herramientas y sistemas.
- Potenciamos el rol de los líderes y mandos medios como comunicadores.
- Acompañamos planes de acción de cambios culturales en la Compañía.
- Propiciamos espacios de participación interna.

### Potenciar el rol de los líderes como comunicadores

- Trabajamos junto con los líderes para fortalecer sus habilidades de comunicación y devolución.
- Diseñamos los contenidos de una capacitación on-line para fortalecer su rol de comunicador.
- Enriquecimos y formalizamos nuestra red de referentes de comunicación interna por Dirección Regional.
- *Nuestro Director General se contactó con toda la Compañía en 13 oportunidades; para informar sobre resultados financieros 2011, redefinición de nuestra Visión y creación del Credo corporativo, resultados parciales de la gestión en el año, nuevas marcas y lanzamientos, entre otros.*
- *Los Directores Regionales se contactaron con todos sus equipos en 3 oportunidades para comunicarles resultados locales y temas de gestión.*



### Tribuna

Nuestra revista interna trimestral con información sobre la empresa, tiene una red de 45 empleados corresponsales en todo el país. Luego de cada edición realizamos una encuesta para conocer las secciones que más les gustaron a nuestros lectores.

### ManpowerGroup al día

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

### Cascadeo

Organizamos el cascadeo corporativo de nuestra Visión y Credo, modificados por ManpowerGroup a comienzos de 2011.

### Boletines Informativos “Expertos”<sup>30</sup>

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

- Expertos Legales: lanzamos 22 ediciones las cuales tuvieron en total 2.182 visitas.
- Expertos Marketing: emitimos 3 ediciones alcanzando 656 visitas.
- Expertos Impuestos: lanzamos 3 ediciones alcanzando 384 visitas.
- NotiAccount: en su primer año lanzamos 6 ediciones alcanzando 1.165 visitas.

### Acercándonos a Nuestro Negocio

Este espacio fue diseñado para que todos los colaboradores conozcan las mejores prácticas de gestión en la Compañía y soluciones de negocio, de manera directa a través de nuestros especialistas. 120 colaboradores participaron de charlas sobre temas de Investigación & Desarrollo, Promociones, Hospitalidad e Industrial.

### Reuniones de Jefes de Casa Central

Se realizaron 3 encuentros presenciales para conocer de manera directa los principales temas y desafíos corporativos, e intercambiar experiencias y mejores prácticas a partir del diálogo y la escucha activa.

### Encuentros especiales

- Celebramos el aniversario de ingreso a la compañía de todos los empleados. Organizamos 6 almuerzos bimestrales en la Ciudad de Buenos Aires, donde participaron más de 300 colaboradores de Casa Central, Dirección Regional Capital y GBA NE.
- Realizamos la 5ta. edición de Manpower con Nuestros Hijos con la participación de más de 60 niños en 25 oficinas de todo el país.

### Programa de Intercambio

Espacio de acercamiento para colaboradores de distintos sectores y sucursales para que puedan conocerse, escucharse y entender que el éxito de cada uno y de la organización depende de la contribución mutua.

30. Descontinuamos la emisión de Expertos Manpower Profesional, debido al proyecto de certificación de Experis, la marca que la reemplaza a partir de enero de 2012.

## Capacitación

Dentro del proceso de inducción a nuevos colaboradores realizamos una capacitación sobre la empresa, su cultura, su estrategia y aspectos relativos a la gestión responsable del negocio y la sustentabilidad. Además, en 2011 lanzamos la iniciativa “Acompañándonos desde un principio”, donde representantes del departamento de RRHH se reúnen con los nuevos colaboradores durante sus primeros cuatro meses en la empresa. Esta iniciativa nos permitió generar un espacio de intercambio y relevar información que nos permita mejorar nuestros procesos de recursos humanos.

Este año realizamos por primera vez la capacitación “Gestión del Cambio” en la Universidad Tecnológica de

Monterrey, sede Buenos Aires, para que los participantes adquieran herramientas y conocimientos para mejorar su competencia de adaptación al cambio y vivir estos procesos como protagonistas. Participaron 20 líderes de la compañía en 80 horas de capacitación.

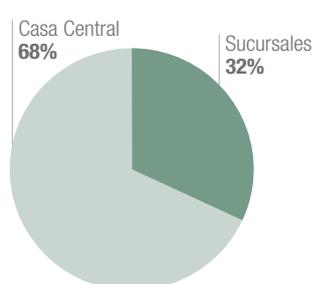
Por último, seguimos brindando alternativas de estudios de idiomas y posgrado a partir de 14 convenios con universidades e instituciones educativas del país.

### Lanzamiento de una nueva plataforma de E-learning

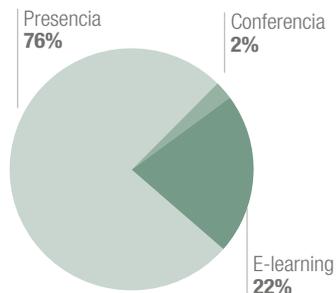
A través de esta herramienta, armamos un Plan de Carrera donde los empleados pueden adquirir los conocimientos necesarios para su correcto desempeño en el puesto en forma paulatina y organizada, autogestionando sus capacitaciones.

| Capacitación   | 2010    | 2011   |
|--|---------|--------|
| <b>Asignaciones / Participaciones <sup>(1)</sup></b> | 6.011   | 10.506 |
| En Casa Central                                      | 23%     | 23%    |
| En Sucursales  | 77%     | 77%    |
| <b>Presencial</b>                                    | 24%     | 10%    |
| En Conferencias telefónicas                          | 2%      | 2%     |
| E-Learning   | 74%     | 88%    |
| <b>Cantidad de capacitaciones por categoría</b>      |         |        |
| Alta Gerencia  | 7       | 6      |
| Nivel gerencial                                      | 13      | 14     |
| Mandos Medios  | 9       | 22     |
| Comercial y Administrativo                           | 8       | 39     |
| <b>Cantidad de personas capacitadas</b>              | 860 (2) | 858    |
| Horas de capacitación en RSC                         | 756 (3) | 730    |

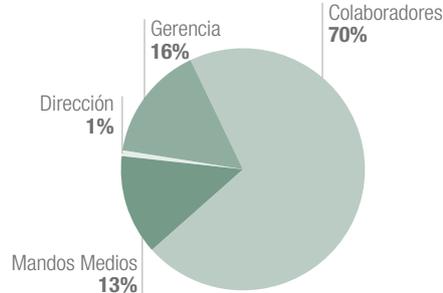
Horas de capacitación



Cantidad de horas por modalidad



Cantidad de horas por puesto de trabajo



(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 partir del 2010 el indicador considera los ingresos y egresos transcurridos durante el 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.

## Programas orientados al desarrollo

Contamos con un proceso integral de “Gestión de Desempeño” (GDD) que permite una asignación eficiente de nuestro capital humano en base a las estrategias del negocio y el desarrollo de nuestros empleados, alineando los esfuerzos individuales de cada uno con las necesidades de la empresa. En este proceso continuo y dinámico cada persona conoce qué espera obtener la compañía a través de su gestión laboral, cuáles han sido sus puntos fuertes y cuáles sus puntos a mejorar; permitiéndonos desarrollar un plan conjunto de desarrollo entre supervisor y supervisado.

**Durante 2011 realizamos la evaluación de desempeño al 94% del personal.**

### Programa de Desarrollo de Mando Medios (PDM)

Con el objetivo de formar a los futuros líderes de la compañía, para desempeñarse eficazmente en funciones de conducción, de acuerdo al Modelo de Liderazgo definido por ManpowerGroup, a fin de gerenciar un área, sector o sucursal alineados a la visión, valores, estrategias y atributos de la Compañía; desarrollamos un plan de capacitación como parte del Programa de Desarrollo de Mando Medios (PDM).

Este año participaron un total de 19 personas, 13 correspondientes a sucursal y 6 a casa central.



Programa de Desarrollo Gerencial de ManpowerGroup.

### Reuniones de acompañamiento

Como complemento de los planes de desarrollo, este año realizamos 207 reuniones de acompañamiento, de las cuales han participado 84 líderes de toda la Compañía.

- 11 reuniones corresponden a participantes del Programa de Desarrollo de Mandos Medios 2011.
- 51 reuniones corresponden a participantes del Programa de Desarrollo Gerencial dictado a fines del 2011.
- 20 reuniones corresponden a participantes del Programa de Liderazgo ManpowerGroup 2011, destinado a todos los líderes de la Compañía.

- 48 reuniones fueron solicitadas especialmente por los Directores para sus líderes.
- 8 reuniones fueron dirigidas a líderes que se reintegraban de su Licencia por Maternidad, en el encuadre de conciliación “Manpower con Vos”.
- 50 reuniones corresponden a participantes del Programa de Desarrollo de Mandos Medios 2011.
- 19 reuniones corresponden a participantes del Programa de Desarrollo Gerencial 2011.

## 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 puso foco en analizar los resultados del estudio IFREI 2.0<sup>31</sup> (Índice de Empresas Familiarmente Responsables), y los focus groups y entrevistas en profundidad a líderes realizados en 2010. Los resultados del estudio IFREI fueron presentados por la Dra. Mireia Las Heras, Directora Académica del Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE Business School de España al Comité de Conciliación en presencia del Director General.

En función de cómo fue percibido el equilibrio entre vida laboral y personal en nuestra compañía; y de las necesidades, barreras y facilitadores detectados, el Comité trabajó sobre las oportunidades de mejora de acuerdo al modelo de Empresa Familiarmente Responsable.

Uno de los ejes de acción fue continuar capacitando a los líderes de la organización para que tengan mejores herramientas para administrar la conciliación en sus equipos. Por otro lado, todos los jóvenes, de Capital y Gran Buenos Aires de la compañía, considerados uno de los grupos de riesgo en las políticas de conciliación, fueron invitados a participar de los talleres dictados por la Fundación Proyecto Padres.

En 2011 el 92% de los equipos de ManpowerGroup envió al menos una solicitud para utilizar alguna de las políticas de conciliación.



Encuentro del Comité de Conciliación y Alfredo Fagalde (Director General) con la Dra. Mireia Las Heras y la Dra. Patricia Debeljuh.

31. El estudio consistió en una encuesta a más de 200 líderes y colaboradores de ManpowerGroup Argentina 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 Business School de España.

## Capacitaciones al público interno 2011

Talleres para jóvenes:  
"Vocación, profesión, misión y proyecto de vida"

Dictados por Fundación Proyecto Padres con el objetivo de brindar a los jóvenes herramientas para plantearse su proyecto de vida.

Personas capacitadas: 19 / Horas de capacitación: 48

Taller:  
"Conciliación: Fortaleciendo el rol del líder"

Dictado por la consultora externa Más Valores con el objetivo de desarrollar a los mandos en la gestión de la conciliación en sus equipos. Dirigido a los Gerentes de Central, Capital y GBA.NE.

Personas capacitadas: 20 / Horas de capacitación: 88

## Manpower con Vos Equilibrando tu vida

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

Lanzamos este año nuestro Programa de Reconocimiento Corporativo, "Manpower con Vos, reconociendo tus logros". Este Programa busca ser el marco común y formal del reconocimiento de la compañía.

Su objetivo es reconocer a los colaboradores que agregan valor, obtienen logros excepcionales y contribuyen con la satisfacción del cliente – interno y externo-, de los candidatos, asociados y de los proveedores, aportando al logro de la estrategia corporativa.

Para ManpowerGroup reconocer es celebrar los logros destacados y los aportes extraordinarios de equipos y colaboradores a los objetivos de nuestra organización.

El Programa de Reconocimiento esta conformado por 11 iniciativas:

- **Actitud ManpowerGroup:** busca reconocer las actitudes concretas de los empleados que mejor reflejen los atributos corporativos de ManpowerGroup: Visionarios, Innovadores, Expertos, Atractivos, Incluyentes, y Confiables. Fueron premiadas 4 personas.
- **Aniversarios en la Compañía:** celebramos el aniversario de ingreso a la compañía de todos los empleados permanentes de 1 año en adelante. Organizamos 6 almuerzos bimestrales en la Ciudad de Buenos Aires con 300 colaboradores de Casa Central, Dirección Regional Capital y GBA-NE participaron de los encuentros.
- **Aplausos:** se generó un nuevo espacio en intranet que permitió resaltar las acciones relevantes de un colaborador o equipo de trabajo. Este es un reconocimiento de 360° dado que cualquier colaborador puede reconocer a otro independientemente de la posición o área de trabajo. Se realizaron 127 aplausos y se aplaudieron a 199 colaboradores.
- **Concurso Innovadores:** todo colaborador de ManpowerGroup, de manera individual o en grupo puede presentar ideas de mejora para nuestra organización dentro de cuatro categorías.
- **Iniciativas Destacadas:** se reconoce a aquellos equipos/sectores/sucursales que durante el año hayan llevado adelante una iniciativa que permita mejorar los servicios ofrecidos a clientes internos y externos.
- **Instructores Destacados:** se identifica a los mejores instructores internos, teniendo en cuenta diferentes variables vinculadas a su rol como capacitador. Fueron premiados 4 instructores
- **Mejor Sucursal:** se busca reconocer una gestión integral, según las 5 estrategias corporativas, en base a indicadores predefinidos. Las tres sucursales ganadoras a nivel nacional del año 2011 fueron: Banking y Administrativa Sur en la ciudad de Buenos Aires y Zárate en provincia de Buenos Aires.



Alfredo Fagalde (Director General) junto a Sucursal Banking reconocida como mejor sucursal de 2011.

- **Estrella de la Experiencia del Candidato:** reconoce a los colaboradores que hayan logrado la excelencia al brindar la Experiencia al Candidato.

- Profesional ManpowerGroup: se reconoce a todos los colaboradores de ManpowerGroup que finalizan sus estudios de grado o posgrado. Reconocimos 28 empleados.
- Socios en la Inclusión: el objetivo es reconocer a los empleados que promuevan la inclusión y la diversidad en sus equipos de trabajo y entre sus clientes en el marco de la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”. Reconocimos a 29 colaboradores y sucursales.
- Sucursal Estrella de la Experiencia del Candidato: destaca a aquellas sucursales cuyo compromiso y consistencia para con la Experiencia del Candidato haya sido sobresaliente. Fue elegida la sucursal Banking como ganadora.

## Diversidad en ManpowerGroup

En noviembre de 2011 se conformó el Comité de Diversidad en ManpowerGroup Argentina, con el objetivo de generar un espacio permanente de intercambio y de formación para promover la gestión de la diversidad en nuestra organización.

Está integrado por representantes de las Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos y la Gerencia de Recursos Humanos, así como por consultores en selección de las distintas Direcciones Regionales.

Es prioridad del Comité avanzar en la capacitación sobre temáticas de diversidad en las distintas etapas del proceso de reclutamiento de personal e incrementar la cantidad de personas de grupos vulnerables que participen en los procesos de búsqueda de casa central y de sucursales.

El Comité de Diversidad fijó metas sobre diversidad e inclusión en el Esquema de Ejecución de la Estrategia de la compañía, que incluye los siguientes indicadores:

- Lograr la incorporación al staff de ManpowerGroup de 14 personas pertenecientes a grupos vulnerables en el año.
- Alcanzar el 3% de personas con discapacidad dentro del staff de ManpowerGroup.

A su vez, seguimos trabajando en la concientización y profundización de conocimientos sobre la temática entre nuestros colaboradores. Este año realizamos nuevamente el “Ciclo de Actualización en Discapacidad”, que consistió de 5 encuentros sobre: conceptos de discapacidad en general; artritis reumatoidea y otras discapacidades;

discapacidad visual y los avances tecnológicos que facilitan la inserción laboral de las personas ciegas y con baja visión; discapacidad auditiva y fibromialgia. Participaron 73 personas.

## Salud y seguridad para nuestros empleados

Cumpliendo con nuestro valor por las personas, consideramos a la salud y la seguridad de todos como una parte integral de nuestra cultura. Es por ello que trabajamos en la prevención y capacitación en riesgos de oficina, incendios y evacuación.

De acuerdo a lo establecido en la Ley 1.346 de la Ciudad de Buenos Aires, realizamos durante el año 2011 dos simulacros de incendio. Con el objetivo de poder coordinar dichos procesos contamos con un grupo de 36 líderes de piso, coordinados por un Responsable de Higiene y Seguridad de ManpowerGroup, quienes reciben capacitación y orientación de las tareas a llevarse adelante durante el proceso de simulación de evacuación. Durante 2011 organizamos dos capacitaciones de 2 horas de duración cada una.

### Indicadores de Salud y Seguridad

2011

#### Indicadores de seguridad

|   |       |
|---|-------|
| Cantidad de accidentes registrados                          | 6     |
| Días perdidos por accidentes                                | 98    |
| Duración media de los accidentes registrados <sup>(1)</sup> | 16,33 |
| Tasa de frecuencia <sup>(2)</sup>                           | 4,16  |
| Tasa de gravedad <sup>(3)</sup>                             | 67,99 |
| Tasa de accidentes <sup>(4)</sup>                           | 0,87  |

#### Indicadores de salud

|  |        |
|--|--------|
| Horas perdidas por enfermedad                                      | 11.704 |
| Horas perdidas por enfermedad/cantidad de empleados <sup>(5)</sup> | 16,89  |
| Tasa de enfermedad <sup>(6)</sup>                                  | 0,81   |

(1) Cantidad de días perdidos/cantidad de accidentes.

(2) Cantidad de accidentes/cantidad de horas trabajadas\*1.000.000.

(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.

### Indicadores de Diversidad

|  | 2010 | 2011  |
|--|------|-------|
| Empleados mayores de 45 años                                   | 6%   | 7,4%  |
| Empleados con discapacidad                                     | 2%   | 2%    |
| Empleados jóvenes de bajos recursos                            | (1)  | 0,5%  |
| Empleados de grupos vulnerables que ingresaron a ManpowerGroup | (1)  | 13,7% |

(1) Dato no disponible debido a que se comenzó a sistematizar este indicador en 2011.



## ASUNTOS CON CLIENTES, ASOCIADOS Y CANDIDATOS

“Los asuntos de consumidores relativos a la responsabilidad social están relacionados, entre otros temas, con las prácticas justas de marketing, la protección de la salud y seguridad, el consumo sostenible, la resolución de controversias y la compensación, la protección de la privacidad y de los datos, el acceso a productos y servicios esenciales, el tratamiento de las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos y la educación, entre otros temas”.<sup>32</sup>

*Sucursal de Hospitalidad, Ciudad de Buenos Aires.*

## CLIENTES

**3**

desayunos con clientes de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires

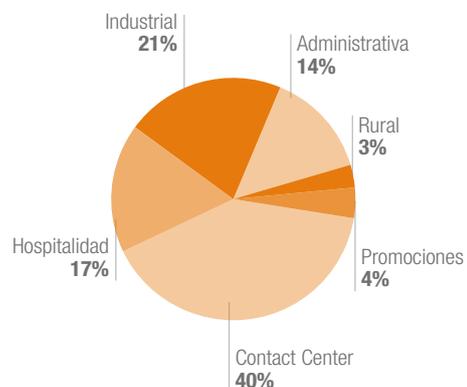
**2**

desayunos en el interior (Rosario y Salta), con la participación de 44 empresas para comunicar una nueva propuesta de valor: la Consultoría en Discapacidad.

**56%**

de los clientes entrevistados en la Encuesta de Satisfacción manifestó que considera que podría incorporar personas de grupos vulnerables provenientes de programas de inclusión y diversidad y destacó este atributo como diferenciador de ManpowerGroup.

### Cientes por unidad de negocio



32. Sección 6.7.1.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

## Cientes en cifras

2009 2010 2011

### Cantidad de clientes <sup>(1)</sup>

2.038 1.858 2.151

### Ventas (en millones de pesos)

763 949 1.240

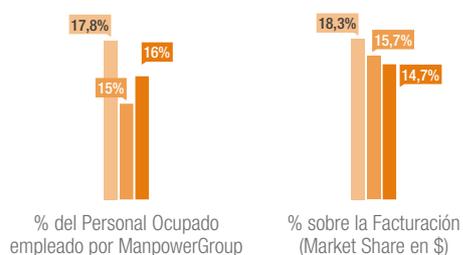
### Gastos publicidad (en millones de pesos)

1,2 0,9 1,3

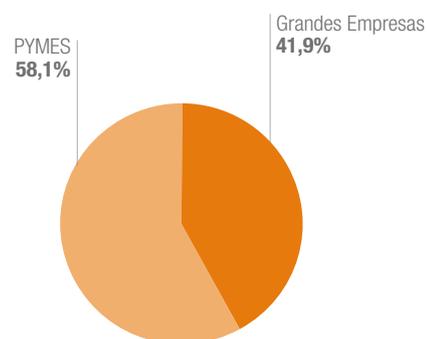
### Satisfacción del cliente <sup>(2)</sup>

|                                  |                    |      |      |
|----------------------------------|--------------------|------|------|
| Cantidad de empresas encuestadas | 573                | 530  | 564  |
| Nivel general de satisfacción    | 7,9                | 7,9  | 7,8  |
| Nivel de fidelidad favorable     | 89%                | 91%  | 89%  |
| Nivel de recomendación favorable | 8,2 <sup>(3)</sup> | 8,25 | 8,51 |

### Participación de ManpowerGroup en el Mercado



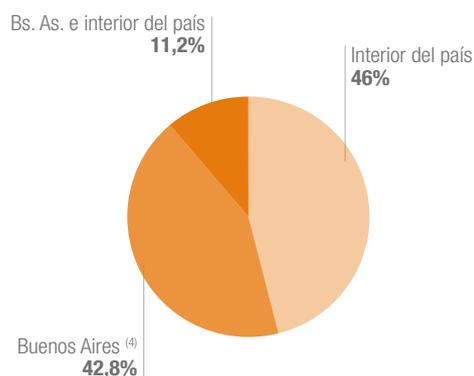
### Cientes por tamaño de empresa



### Representación geográfica



### Presencia de nuestras empresas cliente



### Atención al cliente



(1) Incluye a clientes con facturación positiva durante el año.

(2) En base al Estudio de Satisfacción de clientes realizado por la consultora SEL.

(3) Ponderación del 1 al 10 (donde 1 es nada probable y 10 bastante probable).

(4) Incluye clientes en Ciudad de Buenos Aires y GBA.

## Estudio de satisfacción a clientes

Como todos los años, en abril y octubre realizamos junto a SEL Consultores el Estudio de Satisfacción de Clientes. La metodología implementada es a través de entrevistas presenciales con un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas a más de 500 empresas cliente.

Incluye la consulta acerca de qué tan probable es que recomiende los servicios de ManpowerGroup a un colega o amigo, a partir de la cual se calcula el NPS (Net Promoter Score). Las respuestas a esta pregunta dan por resultado tres categorías: promotores, pasivos y detractores. En base a estos resultados, el NPS es el porcentaje de clientes promotores menos el porcentaje de los detractores.

### Principales resultados de la Encuesta de Satisfacción del cliente:

- Los atributos más valorados fueron: seguridad jurídica, velocidad de respuesta, respaldo económico y financiero y adecuación del personal al perfil.
- Se mantuvieron constantes los niveles de satisfacción, conservando las mejoras alcanzadas en 2010.
- Los motivos por los cuales los clientes eligen a ManpowerGroup son principalmente por la calidad del servicio, y el prestigio y trayectoria de la marca.
- La evaluación general de ManpowerGroup fue de 7,8/10.
- 56% de los clientes se ubican dentro del segmento de “muy satisfechos” (6 puntos porcentuales más que en 2010), el 41% en “satisfechos” y solo el 3% restante son los clientes “críticos”.
- El 56% de los entrevistados manifestó que considera que podría incorporar personas de grupos vulnerables provenientes de programas de inclusión y diversidad y destacó este atributo como diferenciador de ManpowerGroup.

### Encuesta de Satisfacción de clientes

|                                | 2010         |              | 2011         |              |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 1er Semestre | 2do Semestre | 1er Semestre | 2do Semestre |
| Muestra (cantidad de clientes) | 266          | 328          | 457          | 501          |
| Promotores                     | 34,9%        | 32,9%        | 44,6%        | 46,5%        |
| Detractores                    | 27,7%        | 24,5%        | 20%          | 19,3%        |
| NPS                            | 7%           | 8,5%         | 24,6%        | 27,2%        |

## Canales de comunicación con nuestros clientes

Transmitimos nuestros valores, principales conceptos corporativos y nuestros atributos a través de las diferentes piezas de comunicación que diseñamos:

### Trabajo Contemporáneo

A través de nuestra revista informamos a más de 2.500 empresas sobre novedades del sector de recursos humanos. Contamos con una sección dedicada exclusivamente al tratamiento de temas de sustentabilidad.

### E-mail marketing

Envío de correo electrónico a empresas con comunicaciones especiales e invitaciones a encuentros.

### Informes especiales

Realizamos informes sobre temas de interés relacionados con el mercado laboral y la gestión de los recursos humanos. Estos informes son enviados por co-

rrero electrónico y se encuentran en nuestro sitio Web: [www.manpower.com.ar/downloads.asp](http://www.manpower.com.ar/downloads.asp)

Durante 2011 presentamos tres informes: “Escasez de Talentos 2011”, “El impacto de la edad en el trabajo” y “La Era del Potencial Humano”.

### 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. En Argentina, la encuesta se realiza a más de 800 empresarios locales y en 2011, a nivel nacional, realizamos el envío de los resultados de la encuesta a más de 2.000 contactos por correo postal y 4.000 por correo electrónico.

### Sitio Web de ManpowerGroup Argentina

Nuestra página de Internet es un espacio clave para que nuestros clientes se mantengan informados sobre las novedades de la empresa y del sector.

## Redes Sociales

A través de redes como LinkedIn, Facebook, Twitter y Youtube informamos y dialogamos con nuestros grupos de interés. Este año incluimos canales sociales como FourSquare o Google+. De esta manera, ampliamos nuestras posibilidades de generar conversaciones con nuestros públicos clave, de responder consultas y de compartir información corporativa y publicaciones de interés.



## Lanzamiento de “Expertos en el Mundo del Trabajo”

Se trata de una nueva herramienta de comunicación digital, que acerca una visión interdisciplinaria sobre los distintos aspectos que involucran al ámbito de los Recursos Humanos. Busca ayudar a compañías y entidades del sector público y privado a comprender e interiorizarse sobre las tendencias y los cambios que están teniendo lugar en el mundo del empleo. Este año realizamos la primera edición sobre “Discriminación”, en donde se identificaron pautas prácticas que permitan a los responsables de empresas tomar decisiones informadas e iniciar una gestión promotora de la diversidad y la inclusión.

Para acceder al documento:  
[www.manpower.com.ar/Upload/doc\\_503.pdf](http://www.manpower.com.ar/Upload/doc_503.pdf)

## Comunicando el valor de la diversidad a nuestros clientes

A partir de nuestra responsabilidad como expertos en el mundo del trabajo, y en virtud de nuestro vínculo diario con más de 2.000 empresas cliente, buscamos promover la diversidad y la inclusión en el mercado laboral, desarrollando campañas y piezas de comunicación que permitan concientizar y difundir nuestros valores y nuestra cultura.

Para ello, en el marco de la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”<sup>33</sup> realizamos una campaña con tarjetas animadas acerca de la importancia de la diversidad en el mercado laboral y acerca de la situación de los grupos en desventaja que participan de los programas de responsabilidad social de la compañía.

Además, realizamos encuentros con clientes para dialogar sobre estos temas. En 2011 organizamos 3 desayunos con clientes de la Ciudad de Buenos Aires y Gran

Buenos Aires y 2 en el interior del país (Rosario y Salta), con la participación de 44 empresas. Allí abordamos la importancia de la inclusión y la diversidad en el mundo laboral, informamos sobre la consultoría que realizamos en esta materia<sup>34</sup>, e intercambiamos experiencias. Estos encuentros fueron precedidos por una campaña online de sensibilización.

Por otra parte, realizamos un ciclo de encuentros bajo el eje de la Ley N° 26.485 de Protección Integral a la Mujer, en la Ciudad de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza, con la participación de 130 personas, entre ejecutivos de recursos humanos, de legales y de responsabilidad social empresaria de empresas cliente. Para mayor información ver página 33.

## Presentación de los resultados del “Índice de Empresas Familiarmente Responsables”

Acompañamos al Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School (Confye) en la realización de un encuentro con la Dra. Mireia Las Heras, Directora Académica del Centro Internacional Trabajo Familia (ICWF) del IESE Business School y con la Dra. Patricia Debeljuh, Directora Ejecutiva del Centro Confye del IAE Business School. En la ocasión se presentaron las principales conclusiones del estudio IFREI 1.5, una investigación académica, desarrollada por el IESE Business School en más de 20 países del mundo, que busca comprender cómo afectan las medidas de conciliación trabajo – familia sobre la calidad de vida de las personas y su impacto en el desarrollo del talento. Asistieron más de 30 referentes de recursos humanos de empresas y de medios de comunicación.



Dra. Mireia Las Heras en la presentación de los resultados del IFREI 1.5

33. Para más información ver página 15 de este Reporte.

34. Para más información ver el Programa “Oportunidades para Todos” en página 28 de este Reporte.

# CANDIDATOS Y ASOCIADOS



Desayuno con asociados en Casa Central.

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

104

visitas a nuestras sucursales por líderes de la compañía para asegurar la calidad con la que nuestros consultores brindan la "Experiencia del Candidato".

2.817

cursos de formación disponibles en nuestro Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC) para candidatos y asociados.

| Asociados en cifras  | 2009   | 2010   | 2011   |
|--|--------|--------|--------|
| Número de Asociados  | 56.247 | 55.794 | 55.966 |
| <b>Evaluación de desempeño del asociado (el cliente evalúa al asociado)</b>                      |        |        |        |
| Evaluaciones de desempeño enviadas   | 13.439 | 17.329 | 13.638 |
| Evaluaciones de desempeño recibidas  | 4.631  | 4.656  | 3.610  |
| Cantidad de asociados premiados  | 549    | 633    | 459    |
| Cantidad de asociados con puntaje mayor a 41/50 <sup>(1)</sup>                                   | n/d    | 978    | 959    |
| <b>Encuesta de Satisfacción de asociados (el asociado evalúa a ManpowerGroup) <sup>(2)</sup></b> |        |        |        |
| NPS (Net Promoter Score) – 1° Semestre   | n/d    | 23,4%  | 37%    |
| NPS (Net Promoter Score) – 2° Semestre   | n/d    | 33,7%  | 30%    |
| <b>Seguridad e Higiene</b>   |        |        |        |
| Visitas de relevamiento en empresas cliente  | 317    | 215    | 397    |
| Clientes visitados   | 66     | 49     | 107    |
| Visitas de capacitación  | 833    | 717    | 751    |
| Asociados Capacitados  | 3.064  | 2.002  | 1.827  |
| <b>Centro de Capacitación y Desarrollo</b>   |        |        |        |
| Cantidad de cursos online  | 3.093  | 2.817  | 2.817  |

n/d: no disponible. (1) Indicador generado en 2010. (2) Implementada desde 2010

## Mejora del servicio en sucursales

Con el objetivo de asegurar la calidad con la que nuestros consultores brindan la “Experiencia del Candidato”, los líderes de la compañía realizaron este año 104 visitas a nuestras sucursales. Además, seguimos aplicando el programa “Look & Feel” (en español: “Mirar y Sentir”), que consiste en realizar modificaciones edilicias y/o estéticas a nuestras sucursales con el fin de atender de forma más confortable a nuestros candidatos y asociados. Este año se llevó a cabo en sucursales de Comodoro Rivadavia y de la Ciudad de Buenos Aires.

Durante 2011 continuamos afianzando las acciones de *mystery shopping* mediante el cual candidatos ficticios comprueban que se cumplan los estándares de calidad establecidos por el Programa de la Experiencia del Candidato.

También reconocemos a la sucursal que se haya destacado en la aplicación consistente de los lineamientos determinados por el programa, con el premio “Sucursal Estrella de la Experiencia del Candidato”. Este año el premio a la Mejor sucursal de la Experiencia del Candidato fue para Banking.



Sucursal de Manpower en Ciudad de Buenos Aires.

Las sucursales Banking de la Ciudad de Buenos Aires y Pilar de Provincia de Buenos Aires recibieron el premio “Top Performers”, otorgado por ManpowerGroup, por haber obtenido una excelente calificación promedio en la actividad de *mystery shopping* de 2010. Jonas Prising, Presidente de ManpowerGroup para las Américas, hizo llegar su mensaje a las sucursales premiadas, destacando su pertenencia a un grupo selecto a nivel mundial, al ser elegidas como merecedoras del reconocimiento por brindar una excelente Experiencia.

## Capacitación a los asociados para brindar un mejor servicio

Brindamos formación a nuestros asociados en temáticas específicas mediante nuestro Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC), para que alcancen un mejor desarrollo de carrera en sus diferentes puestos de trabajo, propiciando de esta manera un mejor servicio a nuestros clientes. El Centro cuenta con 5.000 horas de capacitación en 2.817 cursos disponibles sobre diversos temas como por ejemplo habilidades de negocios, tecnología de la información y software para el usuario final, entre otros.

En 2011 se generaron 980 usuarios nuevos para la realización de cursos online desde nuestra plataforma online.

## Estudio de satisfacción a asociados

Realizamos la Encuesta de Satisfacción de asociados, implementada por SEL Consultores, a través de encuestas presenciales a asociados de todo el país, y administrada por la Dirección Regional de Sudamérica de ManpowerGroup. Esta encuesta nos permite obtener el indicador NPS (Net Promoter Score).

### Encuesta de Satisfacción de asociados

|                                 | 2010          |               | 2011          |               |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                 | 1er. Semestre | 2do. Semestre | 1er. Semestre | 2do. Semestre |
| Muestra (cantidad de asociados) | 1.861         | 1.598         | 1.593         | 1.602         |
| Promotores                      | 49,6%         | 53,4%         | 56,9%         | 54,6%         |
| Detractores                     | 26,2%         | 19,6%         | 19,9%         | 24,5%         |
| NPS <sup>(1)</sup>              | 23,4%         | 33,7%         | 37%           | 30,2%         |

(1) Net Promoter Score es el porcentaje de asociados promotores menos el porcentaje de los detractores.

## Evaluación de desempeño de los asociados

Realizamos la Evaluación de desempeño del asociado, que permite tener un seguimiento del conocimiento, experiencia y habilidades del asociado en función de las necesidades del cliente. Sus resultados son comunicados en forma personal para guiar al asociado en el desempeño de sus tareas.

Reconocemos a los asociados que hayan alcanzado un excelente nivel de desempeño con los Premios ManpowerGroup a la Excelencia. Este año entregamos 459 reconocimientos.

## Gestión de los convenios colectivos para cada asociado

En ManpowerGroup gestionamos diferentes convenios dependiendo del sector donde trabaje el asociado. De esta forma, garantizamos a cada uno que tendrá los mismos derechos que el resto de los trabajadores de esa empresa.

ManpowerGroup, 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 COTECSD, 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 (20.744), al trabajador permanente discontinuo se le aplica el mismo convenio que se aplica en la empresa usuaria del servicio. 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 suele utilizar como marco normativo para las contrataciones laborales al Régimen Nacional de Trabajo Agrario (22.248), le resultan de aplicación las resoluciones que en tal sentido dicte la Comisión Nacional de Trabajo Agrario.

## Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

Comunicarnos con nuestros candidatos y asociados nos permite mantenerlos informados y construir con ellos una relación cercana y de confianza. Este año enviamos más de 30 comunicados por medios digitales.

A su vez, nos apoyamos en las Redes Sociales - LinkedIn, Facebook, Twitter y Youtube – para responder consultas y brindarles información de interés.

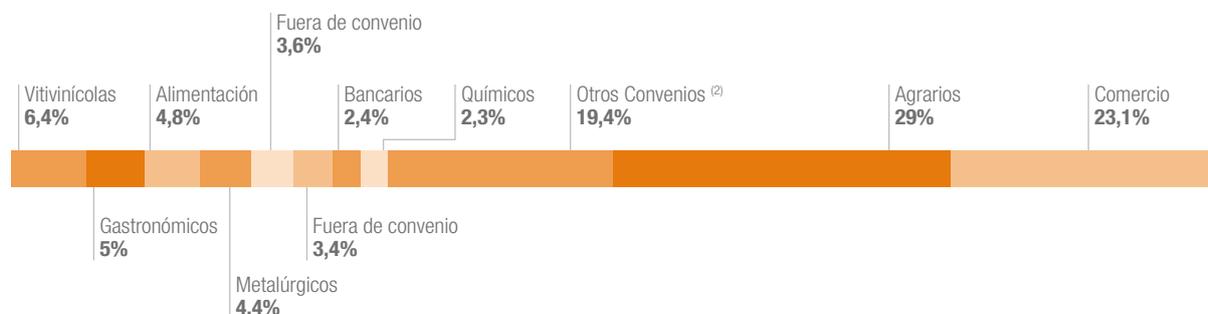
En 2011 implementamos una nueva herramienta web de reclutamiento y postulación para nuestras marcas Manpower y Experis, denominada Direct Talent, que permite atraer más y mejores candidatos, haciendo foco en aquellos que utilizan Internet como medio de búsqueda laboral. Además, permite acceder a la plataforma desde una aplicación para teléfonos celulares inteligentes (smartphones).

Por otra parte, nuestra web para asociados les permite obtener información sobre su liquidación de haberes, descargar formularios y realizar trámites on-line de AFIP y de ANSES.



Sitio web exclusivo para asociados y candidatos.

## Convenios colectivos con asociados<sup>(1)</sup>



(1) Los datos publicados son de diciembre de 2011. No representan la actividad de todo el año.

(2) Este grupo está compuesto por 50 diferentes convenios que representan cada uno menos de 2% del total.

## Salud y seguridad

Comprometidos con la salud y seguridad de nuestros asociados, realizamos visitas y brindamos capacitaciones e información específica del tema con el fin de lograr un ambiente de trabajo seguro. Con este propósito llevamos a cabo las siguientes acciones:

- Manuales de normas básicas de Seguridad e Higiene para el personal asociado. Contamos con manuales con información adaptada de acuerdo a los riesgos de cada actividad. En 2011 elaboramos un video de inducción de Seguridad e Higiene específico para las actividades rurales, contemplando los riesgos básicos como así también normas de convivencia en campamentos, e higiene y seguridad en el hogar.
- Capacitación de salud en campamentos. Visitamos campamentos en Formosa y Corrientes y dictamos charlas relacionadas a la seguridad e higiene en el trabajo y primeros auxilios de las que participaron más de 50 trabajadores rurales.

### Nuestros objetivos en salud y seguridad:

- 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.



Manuales de normas básicas de seguridad e higiene.

### Indicadores de Salud y Seguridad

|  | 2010    | 2011    |
|--|---------|---------|
| <b>Indicadores de seguridad</b>                                    |         |         |
| Cantidad de accidentes registrados                                 | 2.499   | 2.252   |
| Días perdidos por accidentes                                       | 52.496  | 43.714  |
| Duración media de los accidentes registrados <sup>(1)</sup>        | 21,01   | 19,41   |
| Tasa de frecuencia <sup>(2)</sup>                                  | 88,80   | 82,04   |
| Tasa de gravedad <sup>(3)</sup>                                    | 1.865,4 | 1.592,6 |
| Tasa de accidentes <sup>(4)</sup>                                  | 4,48    | 4,02    |
| <b>Indicadores de salud</b>  |         |         |
| Horas perdidas por enfermedad                                      | 388.623 | 389.591 |
| Horas perdidas por enfermedad/cantidad de asociados <sup>(5)</sup> | 1,67    | 1,76    |
| Tasa de enfermedad <sup>(6)</sup>                                  | 1,38    | 1,41    |

(1) Cantidad de días perdidos/cantidad de accidentes.

(2) Cantidad de accidentes/cantidad de horas trabajadas\*1.000.000.

(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.



## PRÁCTICAS DE NEGOCIO RESPONSABLE

“Tener un comportamiento ético es fundamental para establecer y mantener relaciones legítimas y productivas entre las organizaciones”.<sup>35</sup>

*Diálogo con proveedores. Octubre 2011.*

### Transparencia en la gestión

#### Una de las compañías más éticas del mundo

ManpowerGroup fue incluida en la lista de las “Compañías Más Éticas del Mundo 2011”, que elabora Ethisphere Institute<sup>36</sup>, por su probado compromiso con el liderazgo ético, prácticas de cumplimiento, responsabilidad social empresarial y prácticas comerciales en general, siendo la única compañía del sector que ha sido seleccionada.

### Código de Conducta y Ética Empresarial

En ManpowerGroup hemos desarrollado una cultura de honestidad, integridad y rendición de cuentas. Esta cultura es la que nos ha permitido construir vínculos de largo plazo con nuestros públicos de interés.

Nuestro Código de Ética y Conducta Empresarial nos orienta sobre la gestión de nuestro negocio de acuerdo con los más altos estándares éticos.

### Las grandes orientaciones que nos transmite nuestro Código de Conducta son:

- Siempre obedezca la ley.
- Cumpla con las políticas y procedimientos internos.
- Cerciórese de la seguridad y salud de los empleados.
- Trate a la gente de manera respetuosa y justa.
- Trate con clientes y proveedores de manera justa y honesta.
- Evite conflictos de intereses.
- Nunca intente influir en decisiones oficiales mediante alguna conducta inapropiada.
- Siempre compita de manera justa.
- Respete nuestros activos, ideas e información corporativos.
- Proteja las licencias, derechos reservados y propiedad intelectual de otras compañías.
- Proteja los sistemas informáticos y de telecomunicaciones.

35. Sección 6.6.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

36. <http://ethisphere.com/>

## Comité de Ética y canales de denuncias

Conformado por la Dirección General, Dirección de Desarrollo Corporativo, Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, Gerencia de Operaciones, Gerencia de Recursos Humanos, el Comité vela por el cumplimiento del Código, evaluando todas las denuncias que llegan por parte de los empleados a través del correo electrónico, o por teléfono a nuestra Línea de Ética. En todos los casos ManpowerGroup se compromete a respetar la confidencialidad de la identidad de cualquier empleado que informe un incumplimiento al Código. En 2011, recibimos una denuncia.

## Capacitaciones sobre políticas y procedimientos anti-corrupción

Una vez más este año realizamos capacitaciones en aspectos relacionados con la transparencia en la gestión y políticas y procesos anti-corrupción para todos los empleados que tengan responsabilidades relacionadas a esta temática.

Durante 2011 dictamos tres cursos:

- Código de Ética y Conducta Empresarial: dirigido a todo el personal sobre los contenidos y la importancia de su cumplimiento en el desempeño de sus actividades. Es obligatorio para el 100% de nuestros empleados.
- Anticorrupción y Competencia Global (Antitrust/Global Competition): dirigido a directores, personal de ventas y empleados que traten regularmente con entidades de gobierno y con la competencia.
- Certificación sobre la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero: dirigido a directores y funcionarios que interactúen con entidades gubernamentales.

## Cumplimiento del marco regulatorio

*"[...] ningún individuo u organización está por encima de la ley".<sup>37</sup>*

Nuestros clientes valoran nuestra opinión y nos identifican como asesores confiables. En cada una de nuestras acciones comerciales aseguramos a nuestros clientes que el servicio se llevará adelante dentro del marco jurídico correcto.

Nuestra actividad está sujeta a una gran variedad de regulaciones legales. Al proveer nuestros servicios, nuestros clientes valoran el conocimiento que tenemos de la norma y nuestro compromiso por adecuarnos a su cumplimiento. Para ello, todos nuestros procedimientos tienen como brújula ética el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional. Los encargados de diseñar procedimientos internos que responden a una obligación legal o que pueden hacer incurrir a la compa-

ña en un incumplimiento legal, deben asegurarse que los mismos se encuentren formalizados por escrito y sean debidamente conocidos por los empleados responsables de ejecutarlos.

Asimismo, nos aseguramos que estos procedimientos internos cuenten con procesos de control cruzado, que garanticen su adecuado cumplimiento. En todo momento conservamos y sistematizamos nuestra documentación laboral, asegurando que se encuentre a disposición frente a cualquier fiscalización.

Fue en este marco que, en 2011, dictamos un curso obligatorio online sobre "Competencia Global" cuyo objetivo fue ayudar a nuestros empleados a comprender las leyes vigentes que rigen las relaciones con nuestros competidores, clientes y proveedores.

## Respeto por los derechos de propiedad

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. Por eso contamos con una Política de Privacidad de Datos Personales 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. Asimismo, al formalizar las relaciones comerciales con clientes y proveedores, éstos también deben adherir a nuestra Política de Privacidad.

Este año actualizamos 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, en cumplimiento con la normativa vigente.



Proceso de entrevista en sucursal Rosario.

## Participación política responsable

**“Las organizaciones pueden apoyar procesos políticos públicos y promover el desarrollo de políticas públicas que beneficien a la sociedad en general”.**<sup>38</sup>

### Apoyamos

el lanzamiento de la investigación “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”<sup>39</sup> de CIPPEC.

### Trabajamos

con el Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, para mejorar la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.<sup>40</sup>

## 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 lanzamos la investigación “Diagnóstico y recomendaciones de políticas públicas sobre población argentina de 45-70 años en situación de riesgo y vulnerabilidad”<sup>41</sup> con 17 repercusiones en prensa.

Además, financiamos la investigación “Un análisis de las políticas de cuidado infantil: caso de estudio en la provincia Santa Fe”, publicada a inicios de 2012. Este documento fue producido en el marco del proyecto “Análisis y recomendaciones para la organización social del cuidado infantil en Santa Fe”, dirigido por Fabián Repetto, Director del Programa de Protección Social de CIPPEC.



Investigación: “Un análisis de las políticas de cuidado infantil: caso de estudio en la provincia de Santa Fe”

## 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 nuestras sucursales y áreas de gobierno involucrados en temáticas de empleo e inclusión laboral.

Para ello, generamos espacios de diálogo e intercambio sobre el mercado laboral local, los puestos más demandados, requerimientos de las empresas y necesidades de formación de las personas, entre otros.



Dictado de taller por voluntarios de Bahía Blanca en el marco del programa “Buen Trabajo” de Dow.

## 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 ManpowerGroup, en su rol de voluntarios corporativos, dictan talleres de 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 2011, trabajamos nuevamente con el Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego en acciones con jóvenes de bajos recursos de Ushuaia, Tolhuin y Río Grande<sup>42</sup>; y junto al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, donde dictamos un taller de formación laboral para 12 jóvenes recuperados de adicciones de Casa Flores.

38. Sección 6.6.4 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

39. Para más información ver el programa “Mayores Talentos”, página 35.

40. Para más información ver programa “Juntos por los jóvenes”, página 31.

41. Para más información ver el programa “Mayores Talentos”, página 35.

42. Para más información ver programa “Juntos por los jóvenes”, página 31.

## Promoción de la sustentabilidad con la cadena de valor

El desempeño de nuestros proveedores es fundamental para el éxito de nuestro negocio. Ellos son socios estratégicos en nuestra gestión, y por eso trabajamos para tener un vínculo cercano que nos permita ir creciendo juntos en un marco de responsabilidad, ética y sustentabilidad.

32

proveedores participaron de un encuentro de diálogo.

98%

de los proveedores gestionados por el Área de Compras firmaron el Código de Conducta.

71

nuevos proveedores incorporados a nuestra gestión de Compras.

3<sup>a</sup>

edición del Taller de Responsabilidad Social Empresaria para Pymes.

### Proveedores en cifras

|  | 2009       | 2010       | 2011        |
|--|------------|------------|-------------|
| <b>Cantidad</b>  |            |            |             |
| TOTAL  | 2.550      | 3.034      | 2.809       |
| Cotecsud S.A.S.E.  | 1.278      | 1.721      | 1.459       |
| Benefits S.A.  | 389        | 477        | 412         |
| Ruralpower S.A.  | 655        | 578        | 681         |
| Right Managment Argentina S.A.   | 50         | 48         | 53          |
| Salespower S.A.  | 178        | 200        | 204         |
| <b>Pago a Proveedores (en pesos)</b>   |            |            |             |
| TOTAL  | 91.550.502 | 84.716.079 | 108.962.595 |
| Cotecsud S.A.S.E.  | 41.051.467 | 44.052.772 | 55.641.009  |
| Benefits S.A.  | 7.339.881  | 7.640.741  | 9.347.279   |
| Ruralpower S.A.  | 38.420.278 | 29.771.111 | 39.612.313  |
| Right Managment Argentina S.A.   | 778.059    | 691.890    | 626.961     |
| Salespower S.A.  | 3.960.817  | 2.559.565  | 3.735.033   |
| <b>Código de Conducta</b>  |            |            |             |
| % de los nuevos proveedores gestionados por el área de compras que firmaron la Carta de Adhesión | 93%        | 95%        | 98%         |
| Cantidad de proveedores que firmaron la Carta de Adhesión  | 97         | 106        | 69          |
| <b>Visitas a proveedores</b>   |            |            |             |
| Cantidad de visitas a empresas proveedoras   | 55         | 45         | 24          |
| Provincias visitadas   | 8          | 5          | 1           |
| <b>Gestión de la Gerencia de Compras</b>   |            |            |             |
| Cantidad de proveedores incorporados a la base de la Gerencia de Compras                         | 108        | 112        | 71          |
| Total acumulado de Proveedores gestionados por la Gerencia de Compras                            | 250        | 362        | 433         |
| % proveedores gestionados por Compras vs. Cantidad total de proveedores                          | 10%        | 12%        | 15%         |
| % presupuesto gestionado por Compras vs. Pagos consolidado de compras a proveedores              | 42%        | 48%        | 55%         |

## Sistematización de proveedores para una gestión eficiente

El área de Compras trabaja en incorporar año a año nuevos rubros, sectores y proveedores a su base de datos para poder gestionarlos de manera eficiente. Esto permite optimizar tiempos y costos de gestión, incorporar indicadores de desempeño y mejorar el cumplimiento de las condiciones pactadas con los proveedores. Este año incorporamos cinco nuevos rubros y ampliamos seis existentes.

En cuanto a los indicadores de desempeño, comenzamos a sistematizar, e incorporar a nuestra estrategia de gestión, variables acordadas con ManpowerGroup:

- Porcentaje anual de reducción de gasto en compras.
- Porcentaje de incremento en ítems manejados por el Área de Compras.

### Nuevos rubros

Servicio de asesoramiento de nutricionistas, servicio de comedor y viandas a campamentos rurales, servicio de alojamiento, impresiones, servicio de exámenes grafológicos.

### Ampliación de rubros

Servicio de asesoramiento legal, servicio de mesa de ayuda a sucursales.

## Proceso de selección y evaluación de proveedores

En el proceso de selección y evaluación de proveedores realizamos un análisis acerca de la solvencia económica de la empresa, y revisamos cuestiones legales y aspectos relacionados con sus recursos humanos, higiene y seguridad, tecnología y calidad de sus productos y servicios.

A su vez, antes de comenzar una negociación comercial con un proveedor, es requisito la firma del Código de Conducta de la compañía, de los estándares de negocio, de la política de privacidad de datos y del convenio de confidencialidad. Así transmitimos nuestros valores y la importancia que le damos a la ética y responsabilidad en la gestión del negocio.

Este año incorporamos dos nuevas cláusulas en el proceso:

- Compromiso de Responsabilidad Empresarial: implica para ambas partes un compromiso expreso de evitar todo tipo de actos que puedan constituir acciones o prácticas de corrupción, de acuerdo al alcance y el significado que le otorga la Foreign Corrupt Act<sup>43</sup>, daños al medio ambiente, contratación de menores en violación a las restricciones para el trabajo infantil, trata de personas y violaciones a la Ley 23.592 contra actos discriminatorios.

- Política de Privacidad de Datos Personales: implica que la información contenida en sus bases de datos será tratada en un todo de acuerdo con los preceptos de la Ley 25.326 y las políticas de privacidad establecidas por ManpowerGroup.

En el marco de las evaluaciones a proveedores, realizamos visitas a sus empresas para verificar las condiciones analizadas. Este año el foco estuvo puesto en empresas de la Ciudad de Buenos Aires y de la provincia de Buenos Aires. Estos encuentros nos permiten afianzar y profundizar las relaciones con cada uno de ellos, además de detectar oportunidades de nuevos o mejores negocios compartidos.

## Compras responsables

Seguimos trabajando con Red Activos, una empresa social que realiza comercializa y distribuye productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad.

## Diálogo con proveedores

Una práctica habitual y consolidada dentro de nuestra gestión con la cadena de valor es el diálogo que desde 2008 organizamos con nuestros proveedores. En este encuentro presencial, escuchamos las opiniones y expectativas de nuestros proveedores sobre la relación y prácticas de negocio con ellos.

Este año organizamos un diálogo en la Ciudad de Buenos Aires con una convocatoria de 32 participantes. Durante el encuentro surgieron ocho expectativas que presentamos en este Reporte con sus respuestas, teniendo en cuenta nuestra esfera de influencia\*. Estas expectativas son de gran utilidad e importancia para nuestra gestión con la cadena de valor, ya que nos permiten seguir mejorando y fortaleciendo relaciones de confianza y de largo plazo.

El diálogo fue planificado y realizado siguiendo el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES, de la Serie AA1000 de AccountAbility<sup>44</sup> (Institute for Social and Ethical Accountability, Reino Unido), y moderado por un tercero independiente, quien facilitó el encuentro y fue el responsable del relevamiento de las expectativas.

\*Definición de "esfera de influencia" por la Norma ISO 26000: ámbito/enlace de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual una organización tiene la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones".<sup>45</sup>

### Cada vez más cerca de nuestros proveedores

Teniendo como ejes la reciprocidad y sustentabilidad, valores clave para el área de Compras, buscamos mejorar día a día la comunicación con nuestros proveedores. Para ello, las empresas que se encuentran incorporadas en la base de datos del área cuentan con un interlocutor específico dentro de ManpowerGroup Argentina con quien tienen un diálogo permanente y están a su disposición por cualquier consulta.

43. En 1998, el Congreso de Estados Unidos y otros 33 países actuaron contra el soborno de funcionarios extranjeros, fundamentalmente los funcionarios del gobierno en un intento por reducir la corrupción y el lavado de dinero a través del sistema financiero mundial, en lo que se llamó el Foreign Corrupt Act. <http://www.fcpa.us/>

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

45. Sección 2.19 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

| Expectativas  | Respuestas  |
|---|---|
| Incrementar la realización de compras inclusivas, dando a conocer la participación de éstas dentro de las compras totales que realiza la empresa.   | Continuamos invitando a los proveedores que hemos desarrollado a participar de las cotizaciones. Sin embargo, hasta el momento no hemos podido incrementar el volumen de compras inclusivas.  |
| Continuar asignando un interlocutor a los proveedores de ManpowerGroup, siendo un importante aporte a la construcción del vínculo con la empresa.   | Siempre que se contacta a un proveedor, éste sabe claramente cuál es su comprador de contacto y a quién puede dirigirse en caso de estar ausente.   |
| Aumentar los espacios de diálogo e intercambio con proveedores gestionados por el área de Compras, con el objetivo de hacer más fluida la relación.   | Desarrollamos los espacios de diálogo necesarios para profundizar las relaciones con los diferentes proveedores. En términos generales son: contactos telefónicos periódicos, reuniones en nuestras oficinas y en las instalaciones del proveedor cada vez que se considere necesario, invitación a eventos, envío de newsletters con información sobre sustentabilidad, legales, impuestos y otras publicaciones sobre el mercado laboral. |
| Abrir un canal para dialogar acerca de la política de ajuste de precios, para hacerla más flexible a las necesidades de los proveedores.  | La relación está basada en un diálogo permanente, sobre todo al momento de negociar y consensuar nuevos acuerdos. Es un proceso de comunicación recíproca, donde cada parte expone sus necesidades y requerimientos y se logra llegar a un negocio beneficioso para ambos con una mirada enfocada en el largo plazo.  |
| Extender las instancias de capacitación para dar a conocer las mejores prácticas en temas de RSC, especialmente para PyMEs.   | Desde 2009 realizamos una capacitación anual en temas de RSC para los proveedores gestionados por el área de Compras que han participado de instancias de diálogo presencial. Hasta el momento, fueron capacitados 18 proveedores.  |
| Crear relaciones sólidas y de compromiso a largo plazo entre ManpowerGroup y sus proveedores, mediante el verdadero conocimiento del proveedor y procesos de selección que incluyan aspectos más allá de los financieros. | Al desarrollar un proveedor, tenemos en cuenta aspectos integrales en su evaluación, relacionados a temas de cuidado del medioambiente según su actividad, cumplimiento de la normativa laboral y la presencia de normas de seguridad e higiene en el espacio donde desarrollan su actividad.   |
| Integrar a los proveedores gestionados por el área de Compras en los Programas de RSC de ManpowerGroup Argentina, y darles más información sobre éstos.   | Involucramos a nuestros proveedores a través de nuestra iniciativa "Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo" y los mantenemos informados mediante nuestro boletín de RSC para proveedores.  |
| Brindar más información acerca de los métodos de cobro para proveedores.  | A través del comprador responsable, quien es el principal referente en ManpowerGroup, pueden acceder a las herramientas de consulta de Cobranzas.com o al departamento de Pago a Proveedores.   |

## Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor

Este año realizamos la tercera edición del Taller de Responsabilidad Social Empresaria para proveedores enfocado en Pymes, donde capacitamos a las empresas sobre aspectos relacionados con la gestión responsable del negocio y mejores prácticas de RSE adaptadas para el perfil de los participantes.

A su vez, los informamos sobre temas de gestión sustentable en los Boletines de RSC con artículos sobre la coyuntura internacional, las acciones que realiza ManpowerGroup y recomendaciones para implementar

estas prácticas en Pymes. Este año, los temas elegidos fueron: las empresas y su rol social en la gestión de los negocios, la comunicación con los grupos de interés, el proceso de rendición de cuentas y la inclusión laboral de personas con discapacidad. A su vez, les enviamos comunicaciones sobre los principales avances de ManpowerGroup en la gestión de sustentabilidad y los participamos en campañas de concientización sobre aspectos vinculados a los Derechos Humanos y el mercado laboral.

¿Reciclas papel y tapitas de plástico?

¿Usas lámparas de bajo consumo?

¿Qué hacés con la **basura electrónica**?



## MEDIOAMBIENTE

“Los temas ambientales están estrechamente relacionados con otras materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social. La educación ambiental y la creación de capacidad son fundamentales para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles”.<sup>46</sup>

Campaña de concientización ambiental 2011.

| Emisiones indirectas de CO2                     | 2010 <sup>(1)</sup> |                        | 2011    |                        |
|---|---------------------|------------------------|---------|------------------------|
|   | Consumo             | Emisiones de CO2 (ton) | Consumo | Emisiones de CO2 (ton) |
| <b>Viajes en avión</b>                          |                     |                        |         |                        |
| Tramos h/452 (en km) <sup>(2)</sup>             | 1.125               | 0,65                   | 5.264   | 22,13                  |
| Tramos h/1600 (en km) <sup>(2)</sup>            | 372.187             | 15.831,85              | 527.376 | 29.270,50              |
| Tramos mayores de 1600 (en km) <sup>(2)</sup>   | 38.442              | 27,81                  | 223.822 | 1.241,20               |
| <b>Viajes en auto (tramos recorridos en km)</b> |                     |                        |         |                        |
| Nafta   | -                   | -                      | 565.799 | 134,36                 |
| Diesel  | -                   | -                      | 476.700 | 133,37                 |
| <b>Energía eléctrica (KWh)<sup>(3)(4)</sup></b> | 1.293.469           | 392,40                 | 901.827 | 273,59                 |
| <b>Gas natural (m3)<sup>(5)(6)</sup></b>        | 10.223              | 19,27                  | 7.745   | 14,60                  |
| <b>Agua (m3)<sup>(7)</sup></b>                  | 11.712              | -                      | 635     | -                      |

### Medioambiente en cifras

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

|   |        |        |                       |
|---|--------|--------|-----------------------|
| Reciclado de papel (en kilos)                       | 687    | 2.593  | 1.874                 |
| Compra de papel en resmas (en kilos) <sup>(8)</sup> | 24.434 | 23.666 | 21.646                |
| Compra de papel resma por empleado (en kg)          | 34     | 32     | 31                    |
| Compra de papel sanitario (en kilos)                | 3.589  | 3.938  | 1.750 <sup>(9)</sup>  |
| Reciclado de tapitas de plástico (en kilos)         | 36     | 13     | 430                   |
| Reciclado de tóners (en cantidad)                   | 283    | 234    | 126                   |
| Compra de tóners (en cantidad)                      | 175    | 114    | 493 <sup>(10)</sup>   |
| Porcentaje de tóners utilizados que son reciclados  | 62%    | 67%    | 20%                   |
| Reciclado de basura electrónica (en kilos)          | n/d    | 1.240  | 2.135 <sup>(11)</sup> |

(1) Algunos indicadores de emisiones de CO2 de 2010 fueron recalculados de acuerdo con las herramientas utilizadas.

(2) Emisiones de CO2 calculadas según "World Resources Institute (2008). GHG Protocol tool for mobile combustion Version 2.0".

(3) 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.

(4) Emisiones de CO2 calculadas según "World Resources Institute (2009) GHG Protocol tool for stationary combustion. Version 4.1". Se utilizó factor para 2006 de Argentina.

(5) Alcance: 100% de las locaciones de ManpowerGroup, 12 locaciones de 82 tienen el servicio de gas natural.

(6) Emisiones de CO2 calculadas según "2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventor".

(7) 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.

N/D: datos no disponibles

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

(9) El indicador 2011 no es comparable con años anteriores debido a que hubo un cambio de proveedor y el tipo de papel tiene un gramaje menor.

(10) El motivo del incremento se debe a que se reemplazaron tóners reciclados por nuevos para el mejor funcionamiento de las impresoras.

(11) El incremento interanual se debe a un proceso de renovación de computadoras y monitores realizadas durante el año debido a la amortización de los viejos equipos.

46. Sección 6.5.1.2 – Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01.

# 1.874

kilos de papel donados a la Fundación Garrahan.

## Sistematización

de emisiones de CO2 y nuestra huella de carbono.

### Nuestro compromiso con el medioambiente

Como una organización de servicios, nuestras operaciones están completamente basadas en oficinas. Si bien el impacto medioambiental puede ser menor en relación a otras industrias, creemos que es nuestra responsabilidad gestionar nuestros recursos de forma que impacten de la menor manera posible sobre el medioambiente. Diseñamos mejores prácticas bajo el principio de reducción, reutilización, reciclado.

Nuestra gestión del impacto ambiental pone el foco en el uso racional de la energía, en la gestión de los residuos y en la concientización a empleados. Para ello es fundamental contar con indicadores (como consumo de electricidad, agua, gas y materiales de oficina) que nos permitan gestionar el uso eficiente de estos recursos, mediante la detección de oportunidades de mejora, y el seguimiento de los avances alcanzados.

#### ¿Qué dice nuestro Código de Conducta sobre el cuidado del medioambiente?

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

Sabemos que podemos desempeñar un papel clave y tener un impacto positivo en el medioambiente al ser ejemplo de buenas decisiones y aprovechar las oportunidades para alentar a nuestros empleados, proveedores, asociados y a otros a que lleven a cabo una gestión ambiental responsable. De este modo, 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.

### Uso racional de energía

Conscientes de que la utilización de la energía es uno de nuestros mayores impactos ambientales, trabajamos y desarrollamos diversas acciones para cuidar este recurso y así preservar el medioambiente. Es por eso que apagamos las luces que no son necesarias al retirarnos de cada ambiente, los carteles luminosos en horarios no visibles y los monitores cuando las computadoras no se están utilizando. En cuanto a la utilización de aires acondicionados, los programamos a una temperatura de 24° C y cerramos las puertas de espacios no ocupados para conservar la refrigeración.

En 2010 comenzamos a medir nuestro consumo de electricidad, para poder monitorear el impacto de las acciones que desarrollamos en la organización. Como primer

resultado, hemos detectado que nuestro consumo se redujo durante el año. Mientras que en el primer semestre el consumo fue de 560.814 KW, en el segundo semestre fue de 341.013 KW.

### Reciclado de papel y plástico

Como parte de nuestra participación activa en el programa de Reciclado de la Fundación Garrahan, y gracias a la colaboración de nuestros empleados, recolectamos papel y tapitas de plástico en nuestras oficinas. Desde 2004 estamos comprometidos con este programa que tiene como objetivo obtener recursos económicos para apoyar el desarrollo integral del Hospital Garrahan, institución de referencia para los problemas más graves y complejos de la salud de los niños de todas las regiones de la Argentina.

En 2011 recolectamos 430 kilos de tapitas de plástico y 1.874 kilos de papel, que evitaron la tala de 31 árboles. Desde el inicio de nuestra participación en el programa, recolectamos un total de 479 kilos de tapitas y más de 22.000 kilos de papel.

### Gestión de residuos

#### Remanufactura de tóners

A nivel nacional contamos con un proceso cerrado de compra, remanufactura de tóners y venta de carcasas vacías no reutilizables. Trabajamos con la recarga de los cartuchos con tintas originales bajo la reglamentación de la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación.

#### Donación de mobiliario

Donamos el mobiliario y objetos en desuso a la iniciativa "Todo sirve" de la Fundación Uniendo Caminos ([www.uniendocaminos.org.ar](http://www.uniendocaminos.org.ar)).

#### Reciclado de basura electrónica

Prestamos especial atención a los equipos electrónicos que dejan de ser considerados útiles y se convierten en residuos electrónicos, para enviarlos a reciclar y de esta manera aprovechar sus recursos y evitar efectos nocivos sobre el medioambiente y la salud de las personas. Establecimos un procedimiento para donar los equipos electrónicos en desuso a la Fundación Equidad y recolectamos 2.135 kilos en 2011.

### Concientización ambiental

Con el objetivo de involucrar y concientizar a nuestros empleados sobre la importancia del cuidado del medioambiente, llevamos a una campaña interna:

¿Estás cuidando el medioambiente? Con motivo del Día Internacional del Medioambiente (5 de junio) realizamos una auto-evaluación entre nuestros empleados, por medio de la Intranet, para reflexionar acerca de toda las acciones que podemos realizar para reducir nuestro impacto ambiental. También los invitamos a sacarse una foto con su equipo mostrando alguna acción que vayan a implementar para cuidar el medioambiente.



CONSTRUYENDO  
PUENTES  
hacia un mundo laboral más inclusivo

## CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS 2011 Y NUEVOS DESAFÍOS 2012

| Objetivos  | Grado de cumplimiento | Acciones implementadas en 2011 para su cumplimiento   |
|--|-----------------------|---|
| <b>CLIENTES</b>  |                       |   |
| 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.  | ■■■                   | A partir de los negocios vinculados a ManpowerGroup Business Solutions y Consultoría en Discapacidad, agregamos valor a los servicios tradicionales de ManpowerGroup. Además, desde Promociones hemos realizado alianzas estratégicas y negocios por fuera de los tradicionales que nos posicionaron como expertos del mercado, entendiendo y satisfaciendo la necesidad de nuestros clientes y prospectos. |
| 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. | ■■■                   | La iniciativa quedó postergada debido a un proyecto de mejora de procesos (Business Transformation).  |
| Generar una herramienta de comunicación digital para acercar a nuestros clientes información valiosa acerca del mundo del trabajo, basándonos en nuestro conocimiento y experiencia.   | ■■■                   | Lanzamos "Expertos del Mundo del trabajo" que tiene como eje central un tema de interés para el mercado de RR.HH y empresarial. Sobre esa temática, se desprenden las opiniones y recomendaciones de los expertos internos de ManpowerGroup. Además se incluyen tips de interés, datos útiles y demás información de valor.   |
| <b>CANDIDATOS Y ASOCIADOS</b>  |                       |   |
| Mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).  | ■■■                   | El NPS de satisfacción de nuestros asociados en el primer semestre 2011 fue de 37%, representando una mejora de 3,30 puntos porcentuales con respecto al NPS alcanzado en el segundo semestre 2010 (33,7%). Sin embargo, el NPS obtenido en el segundo semestre del 2011 decayó 6,8 puntos porcentuales con relación al primer semestre y 3,5 puntos porcentuales en comparación con igual semestre 2010.   |

■■■ Realizado

■■■ En proceso

■■■ Discontinuado

| Objetivos   | Grado de cumplimiento | Acciones implementadas en 2011 para su cumplimiento  |
|---|-----------------------|--|
| Reemplazar nuestro portal web de reclutamiento por una plataforma más amigable para nuestros candidatos y más eficiente para nuestros selectores.   | ■ ■ ■                 | Implementamos Direct Talent, una herramienta web que permite atraer más y mejores candidatos, haciendo foco en aquellos que utilizan Internet como medio de búsqueda laboral. A fin de año, la herramienta contaba con más de 28.000 candidatos con cuentas activadas en la base de datos.   |
| <b>EMPLEADOS</b>  |                       |  |
| Implementar un Programa Nacional de Reconocimientos para el personal.   | ■ ■ ■                 | El programa "Manpower con Vos, reconociendo tus logros" fue lanzado en marzo de 2011, Compuesto por 11 acciones: Actitud Manpower, Aniversarios en la Compañía, Aplausos, Concurso Innovadores, Iniciativas Destacadas, Instructores Destacados, Mejor Sucursal, Estrella de la Experiencia del Candidato, Profesional Manpower, Socios en la Inclusión y Sucursal Estrella de la Experiencia del Candidato.                     |
| Formar el Comité de Diversidad de ManpowerGroup con el objetivo de institucionalizar un espacio permanente de intercambio y formación para promover la gestión de la diversidad dentro de la organización.  | ■ ■ ■                 | Constituimos formalmente el Comité de Diversidad, con la participación de representantes de Recursos Humanos, Sustentabilidad y Asuntos Públicos y consultores en selección. En 2012 se implementarán talleres de concientización destinados a mandos medios y un plan de comunicación para toda la compañía acerca del valor de la diversidad.  |
| 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.   | ■ ■ ■                 | Realizamos una capacitación para fortalecer el rol del líder dirigida a Gerentes de casa central y de las Direcciones Capital y GBA-NE.  |
| 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 ManpowerGroup. | ■ ■ ■                 | Durante 2011 definimos los principales objetivos y públicos del programa "Espacio de Aprendizajes". Realizamos la comunicación del lanzamiento del programa, entrevistamos y seleccionamos internamente a los instructores internos, así como también capacitamos a los instructores de la herramienta e-learning. En 2012 se realizará el primer desayuno y el entrenamiento de los instructores de la capacitación presencial. |
| <b>PROVEEDORES</b>  |                       |  |
| 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.                            | ■ ■ ■                 | En 2010 incorporamos a MediaPila y Red Activos como proveedores. En particular, este año realizamos una compra a Red Activos.  |
| Implementar un sistema para automatizar procesos y datos, obteniendo información más precisa y fidedigna.   | ■ ■ ■                 | Desarrollamos el módulo de Compras, dentro de uno de los sistemas de uso común en ManpowerGroup, haciendo más amigable y de fácil entendimiento el proceso. Estimamos su implementación para 2012.   |
| Continuar con el programa de visitas a proveedores, con el fin de detectar oportunidades de beneficio conjuntas.  | ■ ■ ■                 | Continuamos llevando a cabo el programa, incrementando la cantidad de proveedores visitados. Cada comprador tiene la responsabilidad de visitar a los proveedores bajo su gestión. Este año las visitas se realizaron principalmente en Capital Federal, Gran Buenos Aires y provincia de Buenos Aires, dado que la mayoría de los nuevos proveedores pertenecen a dicho ámbito geográfico.                                      |

■ ■ ■ Realizado

■ ■ ■ En proceso

■ ■ ■ Discontinuado

| Objetivos   | Grado de cumplimiento | Acciones implementadas en 2011 para su cumplimiento   |
|---|-----------------------|---|
| Lanzar un Newsletter dirigido a nuestros proveedores con información sobre temas de sustentabilidad, para acercarlos a la temática y establecer valores comparados como base para la relación.                                      | ■ ■ ■                 | Lanzamos nuestro Boletín para proveedores con información sobre temas de sustentabilidad y herramientas para aplicar en Pymes. En 2011 emitimos 4 ediciones.  |
| Revisar y optimizar nuestros procedimientos y herramientas, para lograr la mejora de eficiencia y automatización de procesos, desarrollando mejores prácticas.  | ■ ■ ■                 | Llevamos a cabo diversas mejoras con el objetivo de promover una gestión más eficiente: implementamos formularios prediseñados para un envío y recepción de información más confiable así como también realizamos un control de facturación más rápido y eficiente mejorando el cumplimiento en la condición de pago pactada.           |
| <b>COMUNIDAD</b>  |                       |   |
| Mantener o superar el involucramiento del 20% del staff de ManpowerGroup como voluntarios corporativos y que el 20% de los voluntarios sea, a su vez, mando de la organización.   | ■ ■ ■                 | El 21,50% de los empleados de ManpowerGroup se involucraron como voluntarios corporativos. Además, el 20,70% de los voluntarios son mandos 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.   | ■ ■ ■                 | Sumamos 2 talleres nuevos: "Aprendiendo sobre la empresa" y "Oratoria", y realizamos un "Taller de formación laboral" en Rosario y dos en la provincia de Córdoba. 217 personas participaron de estas capacitaciones.   |
| <b>MEDIOAMBIENTE</b>  |                       |   |
| Designar un referente interno que coordine la gestión ambiental de la compañía y elabore un plan de acción.   | ■ ■ ■                 | Se designó a un referente interno para la gestión ambiental, pero no se ha elaborado un plan aún.   |
| Profundizar la medición de indicadores que nos permitan avanzar en la gestión ambiental.  | ■ ■ ■                 | Continuamos midiendo nuestro desempeño ambiental y emisiones de carbono. En 2011 comenzamos a medir los kms. de viaje en auto y su impacto en el medioambiente.   |
| <b>GOBIERNO</b>   |                       |   |
| Fortalecer el relacionamiento con Oficinas de Empleo y nuestra contribución como expertos en el mundo del trabajo en programas sociales de inclusión laboral.   | ■ ■ ■                 | Continuamos generando espacios de diálogo e intercambio entre funcionarios de gobierno involucrados en temáticas de empleo y colaboradores de ManpowerGroup sobre: el mercado laboral local, los puestos más demandados, requerimientos de las empresas y necesidades de formación de las personas.                                     |
| 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. | ■ ■ ■                 | Durante todo el año a través de la participación de la Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos sostuvimos activa presencia en el Consejo, con involucramiento directo en iniciativas de CIPPEC relativas a mercado laboral, contribuyendo además a fortalecer el rol de la organización en su incidencia en políticas públicas. |

■ ■ ■ Realizado

■ ■ ■ En proceso

■ ■ ■ Discontinuado

# DESAFÍOS 2012

## CLIENTES

Generar espacios de encuentro con empresas cliente para difundir la consultoría en diversidad e inclusión con el fin de promover el desarrollo de entornos inclusivos en las organizaciones.

Propiciar el intercambio de mejores prácticas y aprendizajes referidos a la implementación del modelo de Empresas Familiarmente Responsables con nuestras empresas cliente, para contribuir al desarrollo de ambientes laborales que favorezcan la conciliación.

## CANDIDATOS Y ASOCIADOS

Implementar vía e-learning la realización de las inducciones de Seguridad e Higiene para asociados no rurales.

Implementar un plan de acción renovado con el objeto de mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).

Incrementar en 5 puntos porcentuales el Promedio Nacional del Mystery Shopping (de 76% a 81%).

## EMPLEADOS

Identificar puestos claves y altos potenciales con el fin de mejorar continuamente nuestros talentos y atraer y retener personas de alta calidad en el largo plazo.

Reforzar el rol del líder como “desarrollador” con el fin de orientar, guiar y alinear a sus colaboradores.

Implementar los talleres de concientización en diversidad para potenciar el desarrollo de líderes inclusivos.

## PROVEEDORES

Ampliar en un 10% los rubros gestionados por el Área de Compras.

Comenzar a desarrollar un sistema de monitoreo para la evaluación de proveedores.

## COMUNIDAD

Adaptar la Escuela de Formación Laboral a todos los colectivos involucrados en los programas de inclusión más allá de la implementación actual enfocada en personas con discapacidad.

Implementar el programa de formación sanitaria de trabajadores rurales en comunidades no abordadas aún en la provincia de Santiago del Estero, potenciando el involucramiento de los estudiantes de Educación para la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero.

## MEDIOAMBIENTE

Avanzar en el alineamiento de la operación local al Sistema de Gestión Ambiental Global definido por ManpowerGroup en 2011 para contribuir a consolidar un trabajo sistematizado de reducción de nuestro impacto ambiental global, concentrando esfuerzos en la mejora del relevamiento de la información.

Reducir un 10% la utilización de vasos de plástico, con la implementación de una campaña de concientización interna y el reemplazo de estos por vasos de vidrio.

## GOBIERNO

Acompañar a Fundación CIPPEC a través del financiamiento y desarrollo de su proyecto insignia “Protección social y mercado laboral: debates actuales y desafíos de política pública.

Revisar los contenidos del acuerdo marco firmado en 2008 con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para redefinir los lineamientos de nuestra colaboración en los programas de inclusión laboral de grupos vulnerables, implementando acciones concretas.



# TABLA DE INDICADORES GRI Y COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO 2011

Equipo de Selección Permanente de ManpowerGroup.

El Reporte de Sustentabilidad 2011 de ManpowerGroup Argentina fue elaborado siguiendo la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), alcanzando un Nivel de Aplicación B.

|                                  | Principios del Pacto Global  | Cláusulas ISO 26000 | Estado | Páginas                   |
|----------------------------------|--|---------------------|--------|---------------------------|
| <b>Visión y estrategia</b>       |  |                     |        |                           |
| 1.1                              | Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.          | 6.2                 | ///    | 8                         |
| 1.2                              | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.  | 6.2                 | ///    | 8, 9, 10-14, 22-25, 62-65 |
| <b>Perfil</b>                    |  |                     |        |                           |
| <b>Perfil de la organización</b> |  |                     |        |                           |
| 2.1                              | Nombre de la organización.   |                     | ///    | 6                         |
| 2.2                              | Principales marcas, productos y/o servicios.   |                     | ///    | 6-7                       |
| 2.3                              | Estructura operativa de la organización.   |                     | ///    | 6-7                       |
| 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.                      |                     | ///    | 4                         |
| 2.6                              | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.   |                     | ///    | (2)                       |
| 2.7                              | Mercados servidos.   |                     | ///    | 6-7, 46-47                |
| 2.8                              | Dimensiones de la organización informante.   |                     | ///    | 4,5                       |
| 2.9                              | Cambios significativos durante el periodo cubierto por el reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. |                     | ///    | 6                         |
| 2.10                             | Premios y distinciones recibidos.  |                     | ///    | 17                        |
| <b>Parámetros del reporte</b>    |  |                     |        |                           |
| <b>Perfil del reporte</b>        |  |                     |        |                           |
| 3.1                              | Periodo cubierto por la información contenida en el reporte.   |                     | ///    | Retiración de tapa        |
| 3.2                              | Fecha del reporte anterior más reciente.   |                     | ///    | (3)                       |
| 3.3                              | Ciclo de presentación de reportes.   |                     | ///    | (3)                       |
| 3.4                              | Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.   |                     | ///    | Retiración de contratapa  |

/// Indicador no respondido

/// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

/// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

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

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.

(P) Indicador principal.

(A) Indicador adicional.

|  |  | Principios del Pacto Global | Cláusulas ISO 26000 | Estado | Páginas  |
|--|--|-----------------------------|---------------------|--------|--|
| <b>Alcance y cobertura del reporte</b>                                 |  |                             |                     |        |  |
| 3.5  | Proceso de definición del contenido del reporte.   |                             |                     | ///    | Retiración de tapa, 19   |
| 3.6  | Cobertura del reporte.   |                             |                     | ///    | Retiración de tapa   |
| 3.7  | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del reporte.   |                             |                     | ///    | Retiración de tapa   |
| 3.8  | Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.  |                             |                     | ///    | (4)  |
| 3.9  | Técnicas de medición para elaborar los indicadores.  |                             |                     | ///    | 5, 28, 29, 42, 45, 47, 51, 53, 60                              |
| 3.10   | Efecto de la reexpresión de información de reportes anteriores.  |                             |                     | ///    | (4)  |
| 3.11   | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el reporte.                              |                             |                     | ///    | (5)  |
| <b>Índice del contenido GRI</b>  |  |                             |                     |        |  |
| 3.12   | Tabla de contenidos GRI.   |                             |                     | ///    | 66-71  |
| <b>Verificación</b>  |  |                             |                     |        |  |
| 3.13   | Política y práctica sobre verificación externa.  |                             | 7.5.3               | ///    | (6)  |
| <b>Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés</b> |  |                             |                     |        |  |
| <b>Gobierno</b>  |  |                             |                     |        |  |
| 4.1  | Estructura de gobierno de la organización.   |                             | 6.2                 | ///    | 10, (7)  |
| 4.2  | Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.   |                             | 6.2                 | ///    | (8)  |
| 4.3  | Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.   |                             | 6.2                 | ///    | (9)  |
| 4.4  | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.  |                             | 6.2                 | ///    | 11, (10)   |
| 4.5  | Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.                             |                             | 6.2                 | ///    | 10-11  |
| 4.6  | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.  |                             | 6.2                 | ///    | 10-11, 13, 54-55   |
| 4.7  | Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.                                    |                             | 6.2                 | ///    | 10-11  |
| 4.8  | Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.   |                             | 6.2                 | ///    | 7, 13, 54  |
| 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. |                             | 6.2                 | ///    | 10-11  |
| 4.10   | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.                  |                             | 6.2                 | ///    | 10-11  |
| <b>Compromisos con iniciativas externas</b>                            |  |                             |                     |        |  |
| 4.11   | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.  | Principio 7                 | 6.2                 | ///    | 8, 10, 12, 61  |
| 4.12   | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.  |                             | 6.2                 | ///    | Retiración de tapa, 14-17, 22-25, 26-37, 49, 51, 56, 58-59, 61 |
| 4.13   | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.          |                             | 6.2                 | ///    | 14, 16-17, 23, 30, 32, 33, 34, 35, 37                          |
| <b>Participación de los grupos de interés</b>                          |  |                             |                     |        |  |
| 4.14   | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.   |                             | 6.2                 | ///    | Retiración de tapa, 18, 20-21                                  |

/// Indicador no respondido  
 /// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI  
 /// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI  
 n/a Significa que no aplica a las actividades de la empresa.

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.  
 (P) Indicador principal.  
 (A) Indicador adicional.

|      | Principios del Pacto Global  | Cláusulas ISO 26000 | Estado | Páginas  |
|------|--|---------------------|--------|--|
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.            | 6.2                 | ///    | 18, 20-21, (11)                                    |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.   | 6.2                 | ///    | 7, 11, 19, 27, 40, 41, 43, 48-49, 51-52, 55, 58-59 |
| 4.17 | Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización. | 6.2                 | ///    | 19, 40, 43, 48, 50-51, 59, (12)                    |

### Indicadores de desempeño económico

|                     |  |          |     |        |
|---------------------|--|----------|-----|--------|
| Enfoque de Gestión. |  | 6.2, 6.8 | /// | 4-5, 8 |
|---------------------|--|----------|-----|--------|

#### Desempeño económico

|         |  |             |                          |     |      |
|---------|--|-------------|--------------------------|-----|------|
| EC1 (P) | Valor económico directo generado y distribuido.  |             | 6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9 | /// | 4-5  |
| EC2 (P) | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.        | Principio 7 | 6.5.5                    | /// | (13) |
| EC3 (P) | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. |             |                          | /// | (14) |
| EC4 (P) | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.                                    |             |                          | /// | (15) |

#### Presencia en el mercado

|         |   |             |                          |     |      |
|---------|---|-------------|--------------------------|-----|------|
| EC5 (A) | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.                          | Principio 1 | 6.4.4, 6.8               | /// | (16) |
| EC6 (P) | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.                              |             | 6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7 | /// | (17) |
| EC7 (P) | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local. | Principio 6 | 6.8, 6.8.5, 6.8.7        | /// | (18) |

#### Impactos económicos indirectos

|         |   |  |   |     |                             |
|---------|---|--|---|-----|-----------------------------|
| EC8 (P) | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público. |  | 6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9        | /// | 4, 27-37                    |
| EC9 (A) | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.                                 |  | 6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9 | /// | 14-17, 23-25, 27-37, 56, 58 |

### Indicadores de desempeño social: Prácticas laborales y trabajo decente

|                     |  |                  |     |                |
|---------------------|--|------------------|-----|----------------|
| Enfoque de Gestión. |  | 6.2, 6.4, 6.3.10 | /// | 38, 42, 43, 45 |
|---------------------|--|------------------|-----|----------------|

#### Empleo

|         |  |             |                   |     |        |
|---------|--|-------------|-------------------|-----|--------|
| LA1 (P) | Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.                               |             | 6.4, 6.4.3        | /// | 39     |
| LA2 (P) | Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | Principio 6 | 6.4, 6.4.3        | /// | 39, 40 |
| LA3 (A) | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.   |             | 6.4, 6.4.3, 6.4.4 | /// | (19)   |

#### Relaciones empresa/trabajadores

|         |   |                 |                                  |     |      |
|---------|---|-----------------|----------------------------------|-----|------|
| LA4 (P) | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.          | Principio 1 y 3 | 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10 | /// | (20) |
| LA5 (P) | Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos. | Principio 3     | 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5         | /// | (21) |

#### Salud y seguridad en el trabajo

|         |  |             |                                      |     |                         |
|---------|--|-------------|--------------------------------------|-----|-------------------------|
| LA6 (A) | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.  | Principio 1 | 6.4, 6.4.6                           | /// | 45                      |
| LA7 (P) | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | Principio 1 | 6.4, 6.4.6                           | /// | 45                      |
| LA8 (P) | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.               | Principio 1 | 6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.8 | /// | 36-37, 45, 53, 54, (22) |

/// Indicador no respondido

/// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

/// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

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

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.

(P) Indicador principal.

(A) Indicador adicional.

|   | Principios del Pacto Global | Cláusulas ISO 26000                                   | Estado | Páginas                         |
|---|-----------------------------|---|--------|---------------------------------|
| LA9 (A) Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.   | Principio 1                 | 6.4, 6.4.6  | ///    | (23)                            |
| <b>Formación y educación</b>  |                             |   |        |                                 |
| LA10 (P) Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.  |                             | 6.4, 6.4.7  | ///    | 42                              |
| LA11 (A) Programas de gestión de habilidades y de formación continua.   |                             | 6.4, 6.4.7, 6.8.5                                     | ///    | 42-43                           |
| LA12 (A) Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.  |                             | 6.4, 6.4.7  | ///    | 43                              |
| <b>Diversidad e igualdad de oportunidad</b>   |                             |   |        |                                 |
| LA13 (P) Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.  | Principio 1 y 6             | 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3                             | ///    | 10, 39, 45                      |
| LA14 (P) Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.                                       | Principio 1 y 6             | 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4                      | ///    | (24)                            |
| <b>Indicadores de desempeño social: Derechos Humanos</b>  |                             |   |        |                                 |
| Enfoque de Gestión  |                             | 6.2, 6.3  | ///    | 11, 13, 14-15, 22-24            |
| <b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>  |                             |   |        |                                 |
| HR1 (P) Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.   | Principio 1-6               | 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.6.6                              | ///    | 14-15, 22-25, (25)              |
| HR2 (P) Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.                    | Principio 1-6               | 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6                       | ///    | 22-25, 57-58                    |
| HR3 (A) Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.   | Principio 1-6               | 6.3, 6.3.5  | ///    | 23-24, 27, 28, 29, 34, 44, 55   |
| <b>No discriminación</b>  |                             |   |        |                                 |
| HR4 (P) N° total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas  | Principio 1, 2 y 6          | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3                      | ///    | (26)                            |
| <b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>  |                             |   |        |                                 |
| HR5 (P) Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas. | Principio 1-3               | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5 | ///    | (27)                            |
| <b>Explotación infantil</b>   |                             |   |        |                                 |
| HR6 (P) Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.   | Principio 1,2, 4 y 5        | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10               | ///    | 13, 14-15, 17, 22-25, 36-37, 58 |
| <b>Trabajos forzados</b>  |                             |   |        |                                 |
| HR7 (P) Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.  | Principio 1, 2 y 4          | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10               | ///    | (28)                            |
| <b>Prácticas de seguridad</b>   |                             |   |        |                                 |
| HR8 (A) Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.   | Principio 1 y 2             | 6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6                              | ///    | (29)                            |
| <b>Derechos de los indígenas</b>  |                             |   |        |                                 |
| HR9 (A) N° total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.   | Principio 1 y 2             | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7                       | ///    | (28)                            |
| <b>Indicadores de desempeño social: Sociedad</b>  |                             |   |        |                                 |
| Enfoque de Gestión.   |                             | 6.2, 6.6, 6.8   | ///    | 12-13, 14-15, 16, 17, 54-56     |
| <b>Comunidad</b>  |                             |   |        |                                 |
| SO1 (P) Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.  |                             | 6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.6.7                              | ///    | 14-15, 26-37                    |

/// Indicador no respondido

/// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

/// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

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

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.

(P) Indicador principal.

(A) Indicador adicional.

|   | Principios del Pacto Global   | Cláusulas ISO 26000 | Estado                                 | Páginas |                   |
|---|---|---------------------|--|---------|-------------------|
| <b>Corrupción</b>   |   |                     |  |         |                   |
| SO2 (P)   | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.  | Principio 10        | 6.6, 6.6.3                             | ///     | 11, 13, 54        |
| SO3 (P)   | Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.  | Principio 10        | 6.6, 6.6.3                             | ///     | 55                |
| SO4 (P)   | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.  | Principio 10        | 6.6, 6.6.3                             | ///     | (30)              |
| <b>Política pública</b>   |   |                     |  |         |                   |
| SO5 (P)   | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.   | Principio 1-10      | 6.6, 6.6.4, 6.8.3                      | ///     | 16, 17, 22-25, 56 |
| SO6 (A)   | Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.  | Principio 10        | 6.6, 6.6.4, 6.8.3                      | ///     | (31)              |
| <b>Comportamiento de competencia desleal</b>                        |   |                     |  |         |                   |
| SO7 (A)   | Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.  |                     | 6.6, 6.6.5, 6.6.7                      | ///     | (32)              |
| <b>Cumplimiento normativo</b>                                       |   |                     |  |         |                   |
| SO8 (P)   | Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.   |                     | 6.6, 6.6.7                             | ///     | (33)              |
| <b>Indicadores de desempeño social: Responsabilidad de producto</b> |   |                     |  |         |                   |
| <b>Salud y seguridad del cliente</b>                                |   |                     |  |         |                   |
| PR1 (P)   | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.   | Principio 1         | 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5        | ///     | 51-53             |
| PR2 (A)   | Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes. | Principio 1         | 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5        | ///     | (34)              |
| <b>Etiquetado de productos y servicios</b>                          |   |                     |  |         |                   |
| PR3 (P)   | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.   | Principio 8         | 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9 | ///     | (35)              |
| PR4 (A)   | Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.  | Principio 8         | 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9 | ///     | (35)              |
| PR5 (A)   | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.   |                     | 6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9 | ///     | 48                |
| <b>Comunicaciones de marketing</b>                                  |   |                     |  |         |                   |
| PR6 (P)   | Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.  |                     | 6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9               | ///     | (36)              |
| PR7 (A)   | Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.  |                     | 6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9               | ///     | (30)              |
| <b>Privacidad del cliente</b>                                       |   |                     |  |         |                   |
| PR8 (A)   | Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.   | Principio 1         | 6.7, 6.7.7                             | ///     | 55, (28)          |
| <b>Cumplimiento normativo</b>                                       |   |                     |  |         |                   |
| PR9 (P)   | Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.       |                     | 6.7, 6.7.6                             | ///     | (30)              |
| <b>Indicadores de desempeño medioambiental</b>                      |   |                     |  |         |                   |
| Enfoque de Gestión.   |   |                     | 6.2, 6.5                               | ///     | 12, 16            |
| <b>Materiales</b>   |   |                     |  |         |                   |
| EN1 (P)   | Materiales utilizados, por peso o volumen.  | Principio 8         | 6.5, 6.5.4                             | ///     | 60                |
| EN2 (P)   | Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.  | Principio 8 y 9     | 6.5, 6.5.4                             | ///     | 60-61             |
| <b>Energía</b>  |   |                     |  |         |                   |
| EN3 (P)   | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.  | Principio 8         | 6.5, 6.5.4                             | ///     | 60                |

/// Indicador no respondido

/// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

/// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

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

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.

(P) Indicador principal.

(A) Indicador adicional.

|   | Principios del Pacto Global | Cláusulas ISO 26000      | Estado | Páginas  |
|---|-----------------------------|--------------------------|--------|----------|
| EN4 (P) Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.4               | ///    | 60       |
| EN5 (A) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.  | Principio 8 y 9             | 6.5, 6.5.4               | ///    | 61       |
| EN6 (A) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.              | Principio 8 y 9             | 6.5, 6.5.4               | ///    | (37)     |
| EN7 (A) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.  | Principio 8 y 9             | 6.5, 6.5.4               | ///    | 61       |
| <b>Agua</b>   |                             |                          |        |          |
| EN8 (P) Captación total de agua por fuentes.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.4               | ///    | 60, (38) |
| EN9 (A) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.   | Principio 8                 | 6.5, 6.5.4               | ///    | (38)     |
| EN10 (A) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.  | Principio 8 y 9             | 6.5, 6.5.4               | ///    | (38)     |
| <b>Biodiversidad</b>  |                             |                          |        |          |
| EN11 (P) Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.           | Principio 8                 | 6.5, 6.5.6               | ///    | (39)     |
| EN12 (P) Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas. | Principio 8                 | 6.5, 6.5.6               | ///    | (39)     |
| EN13 (A) Hábitats protegidos o restaurados.   | Principio 8                 | 6.5, 6.5.6               | ///    | (39)     |
| EN14 (A) Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.                            | Principio 8                 | 6.5, 6.5.6               | ///    | (39)     |
| EN15 (A) N° de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.6               | ///    | (39)     |
| <b>Emisión, vertidos y residuos</b>   |                             |                          |        |          |
| EN16 (P) Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.   | Principio 8                 | 6.5, 6.5.5               | ///    | 60       |
| EN17 (P) Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.5               | ///    | 60       |
| EN18 (A) Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.                                | Principio 7, 8 y 9          | 6.5, 6.5.5               | ///    | 61       |
| EN19 (P) Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | (40)     |
| EN20 (P) NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.   | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | (37)     |
| EN21 (P) Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | (37)     |
| EN22 (P) Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | 60-61    |
| EN23 (P) N° total y volumen de los derrames accidentales más significativos.  | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | (41)     |
| EN24 (A) Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.                              | Principio 8                 | 6.5, 6.5.3               | ///    | (37)     |
| EN25 (A) Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.                           | Principio 8                 | 6.5, 6.5.4, 6.5.6        | ///    | (37)     |
| <b>Productos y servicios</b>  |                             |                          |        |          |
| EN26 (P) Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.                            | Principio 7, 8 y 9          | 6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5 | ///    | (37)     |
| EN27 (P) Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.                                  | Principio 8 y 9             | 6.5, 6.5.4, 6.7.5        | ///    | (37)     |
| <b>Cumplimiento normativo</b>   |                             |                          |        |          |
| EN28 (P) Coste de multas significativas y n° de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.                     | Principio 8                 | 6.5                      | ///    | (30)     |
| <b>Transporte</b>   |                             |                          |        |          |
| EN29 (A) Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.                          | Principio 8                 | 6.5, 6.5.4, 6.6.6        | ///    | 60       |
| <b>General</b>  |                             |                          |        |          |
| EN30 (A) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.   | Principio 7, 8 y 9          | 6.5                      | ///    | n/d      |

/// Indicador no respondido

/// Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

/// Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI

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

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.

(P) Indicador principal.

(A) Indicador adicional.

**Notas:**

1. La sede principal de ManpowerGroup se encuentra en Wisconsin, Estados Unidos. La sede principal de ManpowerGroup Argentina se encuentra en Buenos Aires.
2. ManpowerGroup, 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. Realizamos el Reporte de Sustentabilidad anualmente. El Reporte anterior a ésta publicación corresponde a 2010.
4. No se produjeron cambios significativos en ManpowerGroup Argentina que puedan afectar la comparabilidad de información reportada.
5. No se produjeron cambios significativos en el alcance, cobertura y metodología en relación a los Reportes de Sustentabilidad anteriores.
6. El Reporte de Sustentabilidad 2011 de ManpowerGroup Argentina no cuenta con una verificación externa.
7. Como cumplimiento de la Ley de Sociedades, el Directorio de las empresas del grupo, como órgano societario, está compuesto por los siguientes miembros: Alfredo Luciano Fagalde Grondona (Presidente), Eduardo Rafael March y Julie A. Krey., a excepción de Right Management SA, que está compuesto por Alfredo Luciano Fagalde Grondona (Presidente), Gonzalo Giordano y Julie A. Krey.
8. El Presidente del Directorio ocupa una posición ejecutiva en ManpowerGroup Argentina como Director General.
9. No hay Directores independientes en el Directorio y el Comité de Dirección.
10. No hay un contacto directo con nuestros accionistas, porque ManpowerGroup Argentina es una filial de ManpowerGroup y no posee accionistas directos en Argentina.
11. Identificamos los grupos de interés junto al Grupo Operativo responsable del proceso de recolección de información publicada en este Reporte.
12. 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 20, 21 y 23.
13. Las actividades de ManpowerGroup 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.
14. ManpowerGroup Argentina no cuenta con Programas de Retiro para los empleados. El sistema de jubilación es conforme la Ley Laboral vigente en Argentina.
15. ManpowerGroup Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.
16. En 2011 las bandas salariales mínimas de escala inicial del personal convenionado y no convenionado se ubicaron un 82,60% sobre el salario mínimo vital y móvil de la Argentina vigente a diciembre de 2011.
17. ManpowerGroup 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.
18. 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 ManpowerGroup Argentina es argentino.
19. Principales beneficios para empleados permanentes en 2011: beneficios educativos, plan integral de conciliación, almuerzos aniversarios 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 5 años de antigüedad, descuentos y promociones, regalos en fechas especiales (nacimiento, matrimonio).
20. En 2011, 246 empleados fueron cubiertos por un convenio colectivo.
21. Las notificaciones sobre cambios organizativos se realizan cumpliendo con la legislación vigente en nuestro país.
22. Dentro del plan de capacitaciones, se planificó realizar charlas sobre tabaquismo y alcoholismo en el trabajo dictadas por médicos expertos en el tema, pero debieron ser canceladas por falta de interés de los empleados.
23. En ManpowerGroup 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. En 2011 no hubo acuerdos de inversión significativos.
26. Durante 2011, no hubo incidentes de discriminación.
27. No se produjeron actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos.
28. No se realizaron operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.
29. ManpowerGroup Argentina no cuenta con personal de seguridad ni terceriza este servicio en las oficinas centrales ni en sus sucursales.
30. ManpowerGroup Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
31. ManpowerGroup 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.
32. En ManpowerGroup 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 2011 no hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
33. Durante 2011 ManpowerGroup Argentina abonó la suma de \$16.342,22 en concepto de multas por incumplimientos a normativas de índole laboral.
34. No se registraron incidentes.
35. El negocio de ManpowerGroup Argentina no se encuentra regulado en cuanto al tipo de información que la empresa debe suministrar sobre sus servicios al cliente.
36. Si bien ManpowerGroup 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.
37. Dada la naturaleza de las operaciones de ManpowerGroup Argentina, este indicador no aplica a la compañía.
38. ManpowerGroup Argentina se abastece de agua a través de la red de abastecimiento pública para el 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 ManpowerGroup 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 ManpowerGroup Argentina, utilizamos gases para los sistemas de refrigeración no contaminantes para el medioambiente.
41. No se registraron derrames ambientales significativos.

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 Sustentabilidad nos ayuda a seguir creciendo en nuestra rendición de cuentas. Te invitamos a que nos escribas a [sustentabilidad@manpowergroup.com.ar](mailto:sustentabilidad@manpowergroup.com.ar) y nos cuentes tus sugerencias y expectativas sobre este documento; y a que visites nuestro sitio de Internet [www.manpowergroup.com.ar](http://www.manpowergroup.com.ar) para mayor información sobre la empresa y nuestras prácticas de sustentabilidad.



ManpowerGroup

#### Proceso de Elaboración del Reporte de Sustentabilidad

##### Coordinación General

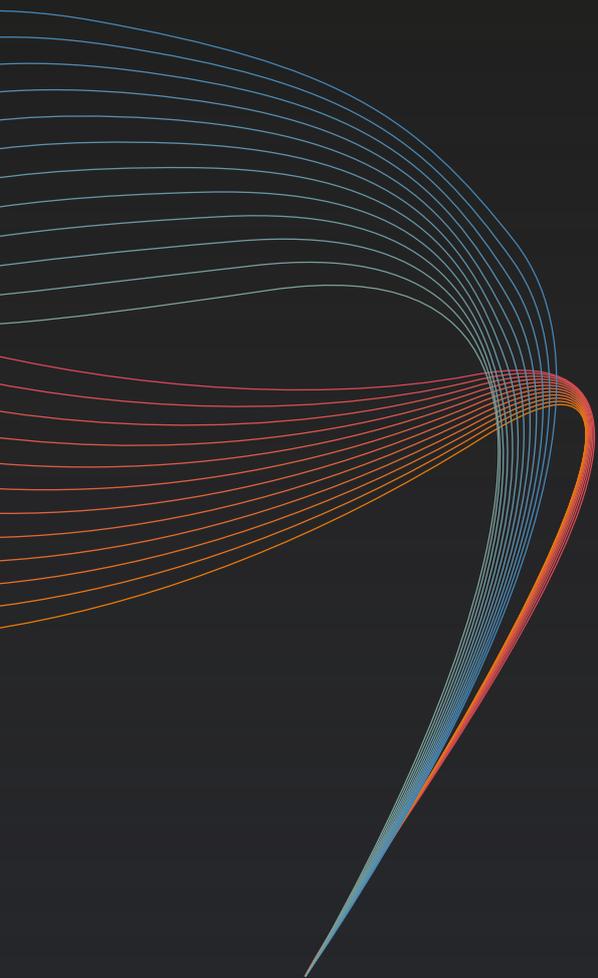
Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos  
ManpowerGroup Argentina  
[www.manpowergroup.com.ar](http://www.manpowergroup.com.ar)

##### Facilitadores Externos

ReporteSocial  
[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

##### Diseño

Fluotype  
[www.fluotype.com.ar](http://www.fluotype.com.ar)



ManpowerGroup™