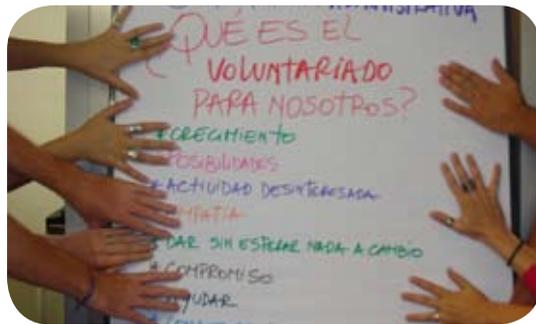




## Reporte de Responsabilidad Social Corporativa 2008



What do you do?



# Acercas de este reporte

Afirmando nuestro compromiso con la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa en Manpower, damos a conocer nuestro tercer Reporte de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), publicación que tiene como fin comunicar a todos nuestros grupos de interés – empleados, asociados, clientes, proveedores, comunidad, gobierno – las actividades que llevamos a cabo durante el año 2008, no sólo para cumplir nuestros objetivos como empresa sino para afianzar el vínculo con cada uno de nuestros públicos, e informarlos sobre los resultados concretos de nuestro desempeño en los ámbitos económico, social y medioambiental.

Este nuevo Reporte cuenta con información de las actividades, programas e iniciativas relacionadas a nuestra gestión de la Responsabilidad Social Corporativa realizadas durante el año 2008. Brindamos información relevante para nuestros públicos de manera cualitativa, así como resultados cuantitativos que muestran la evolución de nuestro desempeño, comparando con los datos de los años 2006 y 2007. En caso de que la información cuantitativa haya sufrido variaciones en su cálculo y alcance, se encuentra respectivamente aclarado a lo largo del Reporte.

Para realizar este Proceso de Reporte RSC 2008, nos basamos en los principios e indicadores propuestos por la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI – *Global Reporting Initiative*), adaptando estos lineamientos a la realidad de Manpower Argentina y su contexto local. Asimismo, la selección de contenidos se basó en el Principio de Materialidad propuesto por GRI y enunciado también en los principios de la Serie AA1000 (AccountAbility).

Reafirmando nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, damos a conocer a través de esta publicación nuestra Comunicación sobre el Progreso 2008. De esta forma, reflejamos el cumplimiento de cada uno de los 10 Principios, a través del documento “Estableciendo la Conexión” que los relaciona con indicadores de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

Se han impreso 2.000 ejemplares para ser distribuidos a nuestros grupos de interés. Esta versión impresa cuenta con la información más relevante a comunicar, seleccionada luego del diálogo con los grupos de interés internos y externos a la empresa. Para ampliar la información sobre el desempeño económico, social y ambiental de Manpower Argentina, dirigirse al sitio de Internet [www.manpower.com.ar](http://www.manpower.com.ar) o al e-mail: [rsc@manpower.com.ar](mailto:rsc@manpower.com.ar).

# Indice

<b>1</b>	<b>Diálogo con Alfredo Fagalde, Director General</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Diálogo con María Amelia Videla, Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>El diálogo como base</b>	<b>9</b>
	3.1 Definiendo los contenidos del Reporte	9
	3.2 Consultando a los grupos de interés	10
	3.3 ¿Cómo hicimos el Reporte?	12
	3.4 Algunos aprendizajes	13
<b>4</b>	<b>Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio</b>	<b>15</b>
	4.1 Quiénes somos	15
	4.2 Responsabilidad en la toma de decisiones - Una nueva estructura de gobierno	19
	4.3 Transparencia en la gestión	21
	4.4 Responsabilidad Social en nuestra estrategia	22
<b>5</b>	<b>Consolidando vínculos con los grupos de interés</b>	<b>31</b>
	5.1 Nuestros programas	33
	5.2 Clientes	51
	5.3 Asociados	54
	5.4 Empleados	59
	5.5 Proveedores	66
	5.6 Gobierno	70
	6.7 Medioambiente	72
<b>6</b>	<b>Logros y desafíos</b>	<b>75</b>
<b>7</b>	<b>Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso 2008</b>	<b>80</b>
<b>8</b>	<b>Lo escuchamos</b>	<b>85</b>

## 1. Diálogo con Alfredo Fagalde, Director General



### ¿Cuáles fueron los principales logros en 2008?

Seguimos siendo la empresa líder en servicios de Recursos Humanos con más de 40 años en el mercado argentino. En 2008 dimos empleo a casi 70.000 personas, siendo uno de los 10 empleadores más grandes de nuestro país.

Durante 2008 nos mantuvimos primeros en el sector de empleo eventual de la Argentina y abrimos 10 nuevas sucursales en todo el país. Trabajamos para más de 2.400 clientes logrando un incremento en las ventas de 38,7% en relación a 2007.

Como resultado del desarrollo de la línea de servicios de Promoción y Merchandising, asumimos el desafío de crear una nueva empresa dedicada exclusivamente al rubro, Salespower S.A., con nuevas herramientas y tecnología para mantener los mejores recursos humanos.

A su vez, este año lanzamos nuestra nueva página Web corporativa con más información de interés y secciones especiales para nuestros públicos clave. Este sitio cuenta con un espacio exclusivo para nuestros asociados con novedades del mundo laboral, consejos sobre seguridad e higiene, beneficios, visualización de resúmenes de pago, trámites on-line, capacitación y buzón de sugerencias.

En cuanto a capacitaciones a empleados, este año nos focalizamos en sumar a las herramientas ya existentes, nuevos instrumentos que nos permitieron facilitar el acceso a la información de manera ágil y unificada para todos nuestros colaboradores.

En 2008 creamos una nueva área de Mejora de Procesos, que reporta directamente al Director de Administración y Finanzas, para gestionar propuestas de optimización de los procesos administrativos y operativos de la compañía.

También es importante destacar la implementación de la primera fase de la iniciativa corporativa Manpower Branch Experience (Experiencia de la Marca Manpower), en la cual capacitamos al 90,2% de los empleados que tienen contacto con nuestros asociados para mejorar el vínculo con ellos.

### ¿Cuáles son sus desafíos para 2009?

Ante el contexto local y mundial, en Manpower Argentina buscaremos ser más cuidadosos aún con nuestro nivel de gastos para seguir siendo un negocio rentable.

A partir de la experiencia, seguiremos buscando oportunidades para la mejora de nuestro servicio y nuevos retos para el negocio - profundizando nuestras ventajas competitivas - agregando valor a nuestros clientes para sostener y ampliar su adhesión y preferencia.

De esta forma, en estos años de grandes cambios y nuevas tendencias en el mundo corporativo global y local, nuestro desafío es optimizar nuestro desempeño al ayudar a nuestros clientes a triunfar en el mundo laboral contemporáneo.

En 2009 pondremos foco en la sistematización y mejora de nuestros procesos administrativos y operativos, como así también en seguir afianzando el vínculo con cada uno de nuestros grupos de interés a través de un diálogo más directo y constante.

### ¿Cómo enfrenta Manpower Argentina el contexto económico actual?

Teniendo en cuenta la retracción económica que se presentó en nuestro país y en el mundo en el último año, Manpower Argentina alcanzó resultados mejores de los esperados, buscando durante 2008 mantener equilibrada la rentabilidad de la operación, tomando decisiones visionarias e inteligentes.

Más que nunca fue fundamental la pasión de los empleados de toda la empresa en buscar la excelencia en la atención de clientes y asociados. Para ello nos apoyamos en nuestra marca, Valores y Atributos, herramientas, y recursos humanos y profesionales para poder lograrlo.

### ¿Qué implica esta publicación para la empresa?

Un gran trabajo de equipo. Un proceso que implica esfuerzo, tiempo y que nos ayuda a sistematizar y medir información y a conocer nuestro desempeño económico, social y ambiental año tras año y a poder compararlo con otras empresas. Estamos orgullosos de publicar una vez más nuestro Reporte de Responsabilidad Social Corporativa dando cuenta de nuestro trabajo y la forma en que lo hacemos, a todos los grupos de interés de Manpower: empleados, asociados, clientes, proveedores, gobierno y la sociedad en general.

Esta publicación representa para la empresa mucho más que un canal de comunicación, es una herramienta de gestión de la RSC, que nos lleva a profundizar el diálogo con cada grupo de interés. Este año estamos respondiendo a través de este Reporte, nuevas expectativas que surgieron en los diferentes encuentros desarrollados durante el transcurso de 2008 e inicios de 2009.

Este proceso nos ayuda a seguir creciendo de manera responsable con nuestro entorno y trabajar la RSC de forma sistematizada, buscando la mejora continua año tras año. Esperamos que en esta nueva publicación encuentren información útil, relevante y puedan conocer los avances que hemos logrado en la gestión responsable de nuestro negocio.

**Alfredo Fagalde**  
Director General

## 2. Diálogo con María Amelia Videla, Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos



### ¿Qué importancia tiene la Responsabilidad Social Corporativa en Manpower Argentina?

Entendemos a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como parte de nuestra manera de ser y actuar como organización. Es la forma en que vivimos nuestros Valores y Atributos, que reflejan nuestro compromiso con la gestión responsable del negocio.

Este año, aun en un contexto de crisis mundial, subimos la apuesta con nuevas iniciativas y con el crecimiento del equipo de la Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos a nueve integrantes.

También reafirmamos la estrategia de RSC generando nuevas alianzas con organizaciones nacionales e internacionales, empresas cliente y con el gobierno en pos de la inclusión a través del trabajo.

### ¿Cómo materializaron los compromisos de Responsabilidad Social Corporativa durante 2008?

Frente al panorama actual de escasez de talentos, que afecta a gran cantidad de empresas, este año lanzamos "Construyendo Puentes - hacia un mundo laboral más inclusivo" con el objetivo de promover oportunidades laborales y de formación para los colectivos en desventaja que participan de nuestros programas de Responsabilidad Social Corporativa.

En este marco, seguimos actuando con el permanente apoyo de nuestros empleados y nuestras empresas cliente como "Socios en la Inclusión" en esta iniciativa. Nuestro compromiso aquí se da con cada uno de nuestros grupos de interés a través de nuestros programas con foco en diversidad: Oportunidades para Todos, Juntos por los Jóvenes, Sin Fronteras y La Mujer en la Empresa Contemporánea.

A su vez, continuamos llevando el programa Huella Solidaria que capacita y concientiza a nuestros asociados sobre temáticas sanitarias y prevención de trabajo infantil a diferentes zonas rurales de la Argentina.

### ¿Cuál es el balance del año en materia de Responsabilidad Social Corporativa?

2008 fue un año muy positivo en nuestra gestión de RSC con todos nuestros grupos de interés. Para nuestra gente, inauguramos el Centro de Entrenamiento Manpower (CEM) para el desarrollo de capacitaciones y como espacio de relacionamiento y diálogo colectivo. Realizamos dos jornadas de diálogo con proveedores clave de la empresa para hablar del Reporte de RSC, y la relación entre ellos y Manpower Argentina. Seguimos capacitando a nuestros asociados, mejorando año tras año las herramientas y cursos para su desarrollo personal y profesional. A la vez, en 2008 firmamos un Convenio con la CO-NAETI (Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil) para contar con su asistencia técnica en la materia; con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - para desarrollar actividades con foco en jóvenes y junto a la Dirección de la Mujer; y estamos participando del programa "Café Cultura" en Cárceles, junto a la Secretaría de Cultura de la Nación, administrando talleres de inserción laboral para mujeres próximas a obtener su libertad. Se avanzó además, en gestiones con el equipo del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires para delinear y poner en marcha actividades con foco en jóvenes.

Esperamos seguir desarrollando nuevos proyectos en 2009: tenemos planeado organizar grupos de enfoque con nuestra gente para trabajar los resultados de la encuesta de clima, sumar más proveedores a nuestro compromiso con el Código de Conducta y nuestros valores corporativos, realizar concientizaciones sobre la problemática del trabajo infantil con personal asociado, y profundizar el desarrollo de nuestro programa sobre la Mujer, que nos llevó durante 2008 a realizar encuentros en distintas regiones con una agenda vinculada a su desarrollo, y a la conciliación de la vida laboral y familiar, con más de 300 empresas cliente.

### ¿Cuáles son los principales avances de este nuevo Reporte, respecto de los anteriores?

Cada Reporte es un nuevo desafío para la empresa. Para seguir mejorando, organizamos diálogos con diferentes grupos de interés para recolectar las opiniones y expectativas sobre los Reportes de RSC de Manpower Argentina.

En nuestra tercera publicación, nos concentramos en dar respuestas concretas a las expectativas planteadas por los grupos de interés y en intensificar el trabajo del equipo interno responsable de la realización del Reporte. Como resultado, incorporamos nuevas secciones como la de "Lecciones y aprendizajes" y el capítulo de Gobierno, mejoramos el Nivel C de aplicación GRI, respondiendo con mayor detalle los indicadores requeridos para dicho nivel y comunicando nuevos indicadores de desempeño. Explicamos en profundidad el proceso del Reporte y la transversalidad de los programas en una sección especial, entre otras modificaciones.

Esperamos que puedan ver cómo este Reporte es una herramienta que permite conocernos más y evaluar nuestra gestión responsable. En este sentido, es importante para nosotros conocer la opinión de los lectores quienes son parte de nuestro crecimiento. Los invitamos a recorrer nuestras páginas y a completar el formulario de opinión con sus sugerencias y expectativas, para seguir profundizando nuestro compromiso con la mejora continua.

**María Amelia Videla**  
Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos



## 3. El diálogo como base

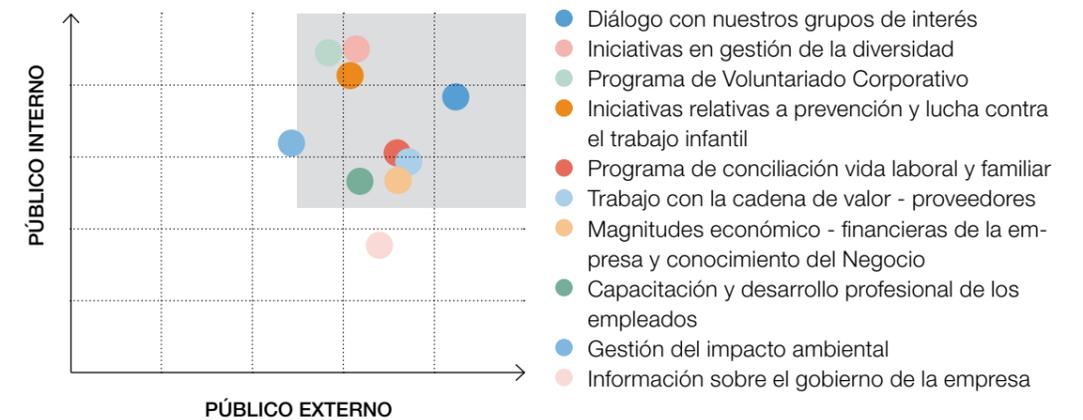
### 3.1. Definiendo los contenidos del Reporte

Para la selección de contenidos de este Reporte de RSC 2008, profundizamos nuestro Análisis de Relevancia de la Información (Análisis de Materialidad) incrementando el alcance de la participación de nuestros públicos clave en este proceso.

Desarrollamos un ejercicio con los grupos de interés de la empresa y con los responsables de la elaboración del Reporte a través de una encuesta

en la cual los participantes eligieron por orden de importancia entre 10 temáticas relacionadas a la gestión de RSC de Manpower Argentina. De la intersección entre el resultado de las encuestas a los grupos de interés seleccionados y a los representantes de la empresa que trabajan en el Reporte, surgieron los siguientes contenidos relevantes a publicar en el Reporte de RSC 2008.

#### Ejercicio de relevancia de contenidos



(Temas ordenados por orden de relevancia.)

#### Análisis de Materialidad: analizando la relevancia de los contenidos del reporte

Según la Guía G3 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad propuesta por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y la Serie AA1000 de AccountAbility<sup>1</sup>, el Análisis de Materialidad es el proceso en el cual se define la información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con el fin de que ésta sea relevante para los grupos de interés y a la vez, refleje los impactos significativos relacionados con la gestión responsable del negocio y los que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

<sup>1</sup> La Serie completa de AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical Accountability, UK) guía a las organizaciones en el proceso de establecimiento de sistemas de rendición de cuentas que involucran a los grupos de interés en la generación de estrategias, políticas y programas, así como también indicadores, objetivos y sistemas de comunicación, que sirven para articular efectivamente las decisiones, actividades y el desempeño general de la organización.

Como resultado de los dos diálogos surgió que:

87%

opina que el Reporte plantea claramente los principios de RSC de Manpower y el compromiso con la mejora continua.

87%

dijo que su contenido es simple y comprensible.

83%

dijo que es creíble, transparente y equilibrado.

74%

lo encontró interesante.

70%

de los participantes opinó que el Reporte es claro y fácil de entender.

57%

manifestó estar “completamente de acuerdo” en que la información incluida es la adecuada y el restante 43% parcialmente “de acuerdo”.

### 3.2. Consultando a los grupos de interés

El principal aporte en la selección de los contenidos del Reporte estuvo dado por dos diálogos presenciales que realizamos con nuestros grupos de interés para escuchar sus opiniones sobre el Reporte de RSC 2007 y sus expectativas para futuros reportes de la empresa. El primer encuentro fue realizado el 28 de octubre de 2008 con la participación de 11 proveedores de Manpower Argentina y en el segundo, el día 31 de marzo de 2009, asistieron 16 representantes de los siguientes grupos de interés: empleados, clientes y organizaciones aliadas.

Este año sistematizamos el proceso de diálogo con los grupos de interés mediante la aplicación del estándar de Relación con Grupos de Interés AA1000SES, que forma parte de la Serie AA1000 de AccountAbility. Se trata de una guía sobre la relación con los grupos de interés para tratar temas relevantes para las empresas y sus respectivos públicos clave, y para alinear la relación con ellos a la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de la empresa (para mayor información: [www.accountability21.net](http://www.accountability21.net)).

Expectativas de los grupos de interés	Respuestas de Manpower Argentina aplicadas a este reporte de RSC	Estado
Incluir un índice inicial más detallado para ver bien el contenido del Reporte.	Presentamos un índice al comienzo del Reporte con los contenidos principales y con más detalle respecto del Reporte anterior.	//
Dividir los capítulos por programas, enfocándose en los temas en los que la empresa se destaca.	Armamos una nueva sección especial donde se describen en profundidad los programas transversales a los grupos de interés que realiza la empresa.	//
Poner en valores monetarios las actividades que la empresa realiza en materia de RSC.	Incorporamos a la tabla de principales magnitudes la inversión total en RSC y monetizamos las horas del programa de voluntariado corporativo.	//
Poner datos acumulados que muestren la magnitud del programa.	Mostramos la evolución de los programas con datos cuantitativos y cualitativos de años anteriores.	//
Poner mayor información sobre cómo la empresa genera alianzas con organizaciones y entidades estatales y los programas que realiza con ellas.	Incorporamos mayor información sobre las alianzas y testimonios que dan cuenta de aspectos clave de los programas.	//
Detallar las actividades que se realizan en alianzas y los procesos de implementación.		//
Mejorar la explicación sobre el proceso de consulta a grupos de interés.	Ampliamos la explicación sobre el proceso de consulta, detallando su metodología y el significado del Análisis de Materialidad.	//
Incorporar experiencias negativas y lecciones aprendidas.	Incluimos una nueva sección sobre “Lecciones aprendidas en la gestión de la RSC”.  Mostramos en la sección de desafíos a futuro y en la Tabla GRI, un “semáforo” de estado, que muestra nuestro nivel de avance o los temas pendientes en los que debemos trabajar.	//
Incorporar a Gobierno como grupo de interés de la empresa.	Incorporamos al Gobierno como un grupo de interés.	//
Incorporar el impacto de Manpower sobre las políticas públicas.	En el capítulo de Gobierno, damos a conocer el trabajo que realizamos con el objetivo de incidir en políticas públicas con foco en la empleabilidad de grupos en desventaja.	//
Tomar testimonios de personas involucradas en los programas y la gestión de RSC.	Incluimos citas y casos de estudio.	//
Mostrar la magnitud del mercado donde Manpower opera.	En la tabla de “Manpower en Números” (pág. 16) ofrecemos información sobre la participación de la empresa en el mercado donde opera.	//
Imprimir un resumen de temas destacados y luego en versión digital una versión ampliada.	Para este Reporte RSC 2008 hemos considerado seguir con nuestra versión impresa incluyendo la totalidad de la información en el mismo. Evaluaremos para futuros reportes realizar una versión ampliada en formato digital e imprimir sólo un resumen con temas destacados.	//
Mejorar la forma en la cual se reportan los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas porque no queda claro.	Resaltamos con color aquellos indicadores de la tabla GRI que responden a los principios del Pacto Mundial.	//
Utilizar el diseño para resaltar los temas importantes para los lectores que no tienen tiempo de leer el Reporte completo.	Hemos trabajado para mejorar el diseño del Reporte, y facilitar la lectura y comprensión de la información.	//
Reportar qué acciones o programas nuevos se realizaron frente a un escenario de recesión, identificando las áreas donde tuvieron que hacer un doble esfuerzo.	Ante un escenario de crisis, continuamos con nuestros programas de RSC y lanzamos la nueva iniciativa Construyendo Puentes. Toda esta información está reportada en esta publicación.	//
Incluir en la redacción los sitios Web de las organizaciones aliadas de Manpower Argentina.	Incorporamos las páginas Web de las organizaciones socias con las que participamos en espacios de diálogo y gestión de la RSC.	//

// Realizado // Pendiente

### 3.3. ¿Cómo hicimos el Reporte?

Consideramos que el Reporte de Responsabilidad Social Corporativa ha sido y es para nosotros una herramienta de gestión de la RSC en la empresa, la cual nos permite conocer lo que a los grupos de interés les interesa de nuestras actividades, responder a las expectativas de nuestros públicos que surgen en los diálogos, y realizar una

auto-evaluación del año, relevando las actividades desarrolladas y detectando las oportunidades de mejora para el futuro.

Esta instancia se retroalimenta año a año mejorando el Proceso de elaboración del Reporte, nuestra forma de comunicar y nuestra gestión responsable.

#### Proceso de elaboración del Reporte



### 3.4. Algunos aprendizajes

A lo largo de estos tres Procesos de Elaboración del Reporte de RSC, realizados durante los años 2006/2007, 2007/2008 y el actual 2008/2009,

hemos ido aprendiendo y capitalizando las lecciones en oportunidades de mejora. Aprendimos que:

El compromiso de la Dirección de la organización en este proceso es fundamental para el éxito en la realización del Proceso de Reporte de RSC.

Trabajar con el mismo Grupo Operativo a través del tiempo mejora el Proceso en cuanto a tiempos y a la calidad de la información reportada.

Debemos tener sistematizado nuestro Proceso de Reporte para que el trabajo de recolección de información sea exacto con los años y consistente en sus resultados.

Los diálogos con los grupos de interés ayudan a retroalimentar nuestra gestión, a mejorar nuestra capacidad de rendición de cuentas y a fortalecer nuestros vínculos con ellos.

Las expectativas planteadas por los públicos en los diálogos se toman como oportunidades de mejora, algunas para el largo plazo.

No todas las expectativas planteadas por los públicos en los diálogos obtendrán una respuesta afirmativa de la empresa, ya que en algunos casos las mismas no están alineadas con la gestión de nuestro negocio y no son posibles de cumplir.

A veces las opiniones y expectativas de los diferentes grupos de interés son variadas y contradictorias, por lo que tomamos en cuenta las expectativas predominantes que surgieron entre los participantes de los diálogos.

Dar a conocer nuestros logros y nuestros desafíos contribuye a la transparencia en la rendición de cuentas ya que aceptamos que aún hay procesos y acciones pendientes.

El Proceso de elaboración del Reporte de RSC es dinámico. Año a año debemos adaptarlo al contexto nacional e internacional en el cual la empresa decide rendir cuentas, a los cambios internos de la organización y a las demandas de los grupos de interés; convirtiéndose en un gran desafío para aquellos que participan en él.



Encuentro de diálogo con nuestros grupos de interés acerca del Reporte de RSC 2007 realizado el 31 de marzo de 2009.

## 4. Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio

### 4.1. Quiénes somos

Creamos y ofrecemos servicios para que nuestros clientes triunfen en el cambiante mundo laboral. Somos una empresa líder en servicios de recursos humanos presente en la Argentina desde 1965.

A través de nuestras 84 sucursales en 22 provincias argentinas, brindamos a nuestros 2.359 clientes una gama de servicios que satisface las necesidades de todo el ciclo laboral y comercial de las empresas. Esto incluye el reclutamiento y provisión de personal permanente, eventual y por contrato; evaluación y selección de empleados; capacitación; reorientación profesional y consultoría.

En 2008 dimos empleo a más de 67.000 personas, lo que nos mantiene entre los 10 empleadores más grandes de la Argentina.

Contamos con sucursales especializadas en todo el país, en las diversas industrias en las que actuamos, con personal altamente especializado, proveniente del negocio.

Para mayor información sobre Manpower Argentina visitar:  
[www.manpower.com.ar/quienes\\_somos.asp](http://www.manpower.com.ar/quienes_somos.asp)

#### Lo que significa nuestra marca

##### Visión

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

#### Trabajo Contemporáneo

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

#### Valores

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

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

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

- **Innovación:** estamos a la vanguardia del mundo laboral. Nos atrevemos a innovar, a ser pioneros y a evolucionar.

Nunca aceptamos el status quo. Asumimos riesgos, sabiendo que no siempre tendremos éxito, pero nunca arriesgamos a nuestros clientes.



## 4. Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio

MANPOWER EN NÚMEROS	2006	2007	2008
<b>Representación geográfica</b>			
<i>A nivel Mundial</i>			
Cantidad de países donde opera	73	73	82
Cantidad de oficinas	4.400	4.400	4.200
<i>A nivel Local</i>			
Cantidad de provincias donde está presente	22	22	22
Cantidad de sucursales	68	74	84
<b>Participación de Manpower en el Mercado</b>			
% del Personal Ocupado empleado por Manpower	16,1%	16,6%	16,9%
% sobre la Facturación (Market Share en \$)	16,4%	17,1%	18,1%
<b>Resultados Financieros (en pesos)</b>			
Resultado Neto	11.452.145	11.114.688	8.656.552
Capital Social*	13.849.000	16.303.772	62.183.772
<b>Impuestos pagados en Argentina (en pesos)</b>			
Total Impuestos	89.315.458	120.771.346	177.299.106
Impuestos a las Ganancias	6.410.976	6.020.145	6.310.216
Ingresos Brutos	10.556.135	15.276.878	23.826.213
Impuesto a las Transacciones Financieras	4.235.093	5.762.555	8.854.339
<b>Clientes</b>			
Número de Clientes	2.030	2.279	2.359
Ventas (en millones de pesos)	431,1	584	810
Gastos Publicidad (en millones de pesos)	1,24	1,57	1,6
<b>Asociados</b>			
Cantidad de Asociados	67.733	70.137	67.002
<b>Empleados</b>			
Número de Empleados	555	681	743
Horas de capacitación	17.825	18.060	21.022
Personal capacitado	623	795	830
Sueldos (en pesos)	17.195.181	26.901.169	35.759.790
Cargas Sociales (en pesos)	6.584.519	10.321.981	17.879.790
Tasa de Rotación Renuncias Voluntarias	10,2%	8,6%	8,2%
Tasa de Rotación	16,8%	13,6%	14,2%
<b>Proveedores</b>			
Número de Proveedores	1.825	2.653	2.708
Pago a Proveedores (en pesos)	69.526.824	86.588.642	90.821.349,53
<b>Gestión de RSC</b>			
Inversión en RSC	704.700	744.400	1.038.800
Inversión en horas de voluntariado (en pesos)	n/d	n/d	51.683**
Donaciones totales (en pesos)	90.350	97.820	139.427
<b>Medioambiente</b>			
Reciclado de papel (en kilos)	1.555	4.098	4.350
Reciclado de tonners (en cantidad)	n/a	n/a	185

\*Aumento de capital con el aporte de casa matriz. \*\* 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. **n/d:** dato no disponibles. **n/a:** no aplica.

### Nuestras tres marcas en Argentina



Ofrece servicios de búsqueda, selección y reclutamiento de personal -ya sea para contrataciones permanentes, eventuales o por proyecto- para empresas de todas las dimensiones en todo el país.



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



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

Nuestros consultores se focalizan en mejorar la performance de la organización cliente interviniendo a través de un enfoque sistémico en nuestras cuatro áreas de expertise: Evaluación y Planeamiento; Capacitación y Desarrollo; Gestión del Cambio y Retención del Talento; y Transición de Carrera.

Para mayor información sobre las marcas de Manpower Argentina visitar: [www.manpower.com.ar/nuestras\\_marcas.asp](http://www.manpower.com.ar/nuestras_marcas.asp)

### Nuestras especializaciones

Brindamos servicios especializados de búsqueda y selección de personal, personal eventual, tercerización de servicios y procesos, capacitación y consultoría. Ofrecemos una gran variedad de pruebas y entrevistas desarrolladas especialmente para cada industria, que permiten encontrar a los candidatos adecuados para cada puesto de trabajo. Realizamos informes medioambientales a fin de relevar información clave acerca del lugar de trabajo, procesos y políticas, entre otros.

#### Contact Center

Servicios especializados en la gestión de call centers.

#### Hospitalidad

Servicios integrales para las categorías de Hotelería, Gastronomía, Turismo y Aviación.

#### Industrial

Participamos en todo el proceso productivo de la industria moderna, desde la llegada de la materia prima a la planta hasta el producto final, así como en su logística y distribución.

#### Rural

Soluciones que abarcan toda la gestión de los RR.HH, desde reclutamiento, traslados, exámenes médicos, evaluación y fichaje, hasta pago de haberes, construcción de campamentos y provisión de comida y vehículos. Además, capacitamos a todo el personal seleccionado en seguridad e higiene y formación sanitaria con el objetivo de prevenir accidentes y/o enfermedades propias de las zonas rurales.



Administrativa Contact Center Hospitalidad Industrial Promociones Rural

**Promociones**

Seleccionamos desde personal para promociones, degustadores y vendedores, hasta ejecutivos de cuenta y APM (Agente de propaganda médica). Brindamos además los siguientes servicios: distribución, colocación y control de uso de material POP, registro e informes de las pautas de comunicación y exhibición, manuales de capacitación, planes de incentivos, fijación de objetivos, actividades fuera de los canales tradicionales (below the line) y campañas de imagen.

**Administrativa**

Servicios integrales para ayudar a las empresas a enfrentar los cambios del contexto que cada vez exige mayores competencias clave como el manejo de idiomas, tecnologías, etc.

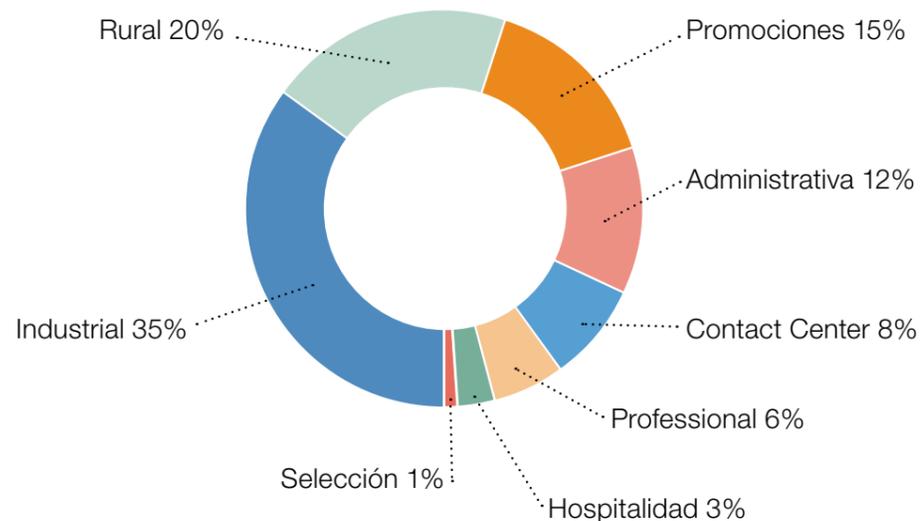
**Selección de personal permanente**

Formamos un equipo de consultores responsable de encontrar las mejores personas para cubrir puestos de trabajo, de todos los niveles y especializaciones, en nuestras empresas cliente en todo el país.

Brindamos soporte permanente en todas las sucursales de la empresa, trasladando los proyectos a la región cuando así lo requieren. Desarrollamos un proceso de selección por competencias basado en la definición del perfil del puesto y cultura organizacional, entrevistas estructuradas e individuales, evaluación de idiomas cuando corresponde, y detección de talentos con relación al perfil del puesto con informes individuales; utilizando la misma metodología en cualquier punto de la Argentina.

A su vez, aplicamos una tecnología para la evaluación del potencial de los recursos humanos, que nos posibilita identificar tempranamente el talento para ocupar posiciones de mayor responsabilidad. De esta manera, optimizamos la búsqueda, y obtenemos mejores y más rápidos resultados.

Representación por Unidades de Negocios (según facturación)



**4.2. Responsabilidad en la toma de decisiones - Una nueva estructura de gobierno corporativo**

En los últimos 5 años, Manpower Argentina vivió un proceso de expansión del negocio que llevó a la organización a incrementar su dotación de personal en un 230%, los niveles de gerenciamiento en un 228% y el número de sucursales en un 120%. La Compañía se nutrió así de nuevos mandos con una adecuada distribución en sus niveles de responsabilidad, de modo de poder enfrentar el desafío de un desarrollo futuro armonioso y sostenible. Se definió entonces en 2008 una nueva estructura de gobierno de la empresa con otra dinámica ejecutiva, con el fin de dotar a la organización de una matriz de Dirección que le permitiera posicionarse sólidamente ante un mercado cada vez más demandante y exigente; y ante una creciente necesidad de descentralización que el firme desarrollo de Manpower ya requería. Los cambios introducidos brindaron al equipo directivo y gerencial las herramientas necesarias para alcanzar más eficazmente las metas corporativas.

Se estableció aquí la instancia ejecutiva de **Director** con adecuado nivel de autonomía y poder de decisión para agilizar y materializar la comunicación y ejecución de las estrategias corporativas. Se definieron, en esta etapa, cuatro Direcciones en el ámbito de las sucursales y dos en la Casa Central, con reporte a la Dirección General. Estas son:

**Sucursales**

- Dirección Región Norte - Director Regional: Martín Poncio
- Dirección Región Sur - Director Regional: Fernando Podestá
- Dirección Región Capital - Directora Regional: Alicia Giomi
- Dirección Región GBA-NE - Director Regional: Norberto Olmedo

**Casa central**

- Dirección de Marketing (Investigación y Desarrollo, Unidades de Negocio, Ventas). Director: Eduardo March
- Dirección de Administración y Finanzas (Sistemas, Administración de Personal Asociado, Finanzas, Facturación, Compras y Servicios Administrativos/Proveedores). Director: Marcelo Roitman

De esta forma, la organización quedó dotada de un **Comité de Dirección integrado por las seis Direcciones mencionadas junto a las Gerencias de RR.HH., Operaciones, Asuntos Legales y Responsabilidad Social y Asuntos Públicos, reportes directos de la Dirección General de Manpower Argentina.**

Este cuerpo de gobierno así constituido mantiene desde entonces reuniones mensuales de jornada completa para tratamiento de todas las cuestiones vinculadas a la ejecución de las estrategias corporativas. Se trata además de un espacio de consulta e intercambio sobre las diversas problemáticas de las áreas representadas, donde cada directivo aporta su visión y experiencia.

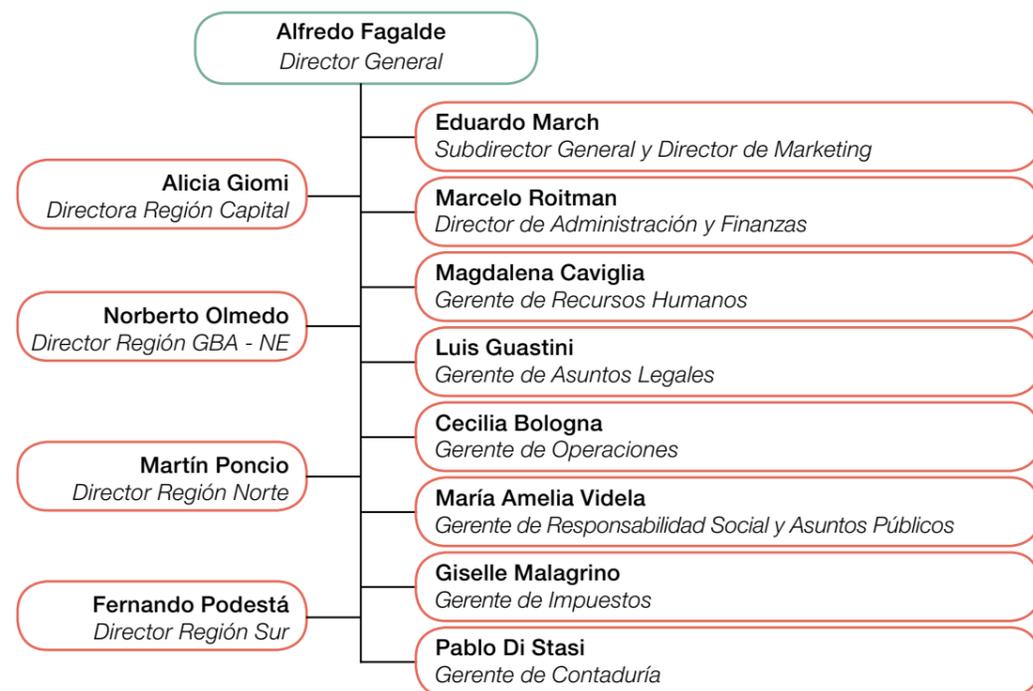


Comité de Dirección de Manpower Argentina: (de izq. a der.) Fernando Podestá, Marcelo Roitman, Luis Guastini, Alfredo Fagalde, María Amelia Videla, Cecilia Bologna, Alicia Giomi, Magdalena Caviglia, Eduardo March, Norberto Olmedo y Martín Poncio.

El Comité de Dirección es, al mismo tiempo, el **Comité de Responsabilidad Social** a los fines del proceso de Reporte de RSC. Las decisiones de este cuerpo hacen a la gestión económica, social y ambiental de la compañía, y recorren toda la cadena de valor sobre la base de una actuación ética y responsable, teniendo en cuenta las expectativas e impactos en los principales grupos de interés de la organización.

La importancia de la RSC para el negocio de Manpower, la consideración de las tendencias mundiales y nacionales en esta materia, el estado de los Reportes en la Argentina, y la gestión actual y futura de la RSC de la empresa, forman parte de la agenda del Comité; como así también, el seguimiento de las instancias de diálogo que la organización ha iniciado en estos últimos años con sus públicos a través de grupos de enfoque, de los que se da cuenta en el capítulo referido a Grupos de Interés.

### La Dirección General y sus reportes directos



### Nueva Área de Mejora de Procesos

Como parte de un mercado en constante evolución adecuamos nuestra estructura corporativa al dinamismo de nuestras operaciones, creando en 2008 el área de **Mejora de Procesos**, que reporta directamente al Director de Administración y Finanzas. El objetivo de esta área es lograr la optimización de los procesos administrativos y operativos de la organización para alcanzar mayor eficiencia, efectividad y flexibilidad, incrementando la satisfacción de clientes internos y externos.

## 4.3. Transparencia en la gestión

### Código de Conducta<sup>2</sup>

En 2003 se formuló el Código de Ética que rige nuestro comportamiento en la empresa en el marco de nuestros valores. Desde entonces, es firmado por todos los empleados de la compañía.

Para garantizar su cumplimiento, tenerlo presente en el accionar cotidiano y concientizar acerca de la importancia del Código en la gestión de Manpower, anualmente realizamos una capacitación on-line de carácter obligatorio para todos los empleados. Entre los temas clave desarrollados destacamos la ética en los negocios, prácticas monopólicas y corrupción.

Este curso no es una actividad aislada. Como organización, nos enorgullecemos de actuar con integridad, con nuestros asociados, clientes, socios comerciales y otros sectores. **Todos tenemos la responsabilidad de mantener los altos estándares de la conducta corporativa que definen a Manpower y a nuestros empleados.**

Ante incumplimientos del Código los empleados pueden realizar denuncias ante el Comité de Ética, conformado por la Dirección General, Gerencia de Operaciones, Gerencia de RR.HH., Gerencia de Asuntos Legales, y Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos. Sus funciones son las de recepcionar denuncias anónimas, investigar y

dictaminar sobre posibles casos de prácticas reñidas con el Código, y efectuar recomendaciones a la empresa para mejorar día a día nuestros estándares éticos.

### Capacitaciones sobre políticas y procedimientos anti-corrupción

Durante 2008 realizamos el curso "Soborno y corrupción Internacional: llamado a la concientización", con el objetivo de brindar orientación sobre tres convenciones internacionales contra el soborno:

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

Como parte de nuestra responsabilidad de mantener altos estándares de la conducta corporativa que definen a Manpower y a nuestros empleados, realizamos la "Certificación sobre la Ley sobre prácticas corruptas en el extranjero" (FCPA) para todos nuestros empleados permanentes. La capacitación fue destinada a todo el personal que se relaciona con representantes del gobierno, incluyendo gerentes generales, gerentes financieros y miembros del Global Leadership Team. En 2008 se capacitaron en la Argentina un total de 32 personas.

<sup>2</sup>El detalle de los Principios del Código de Conducta se encuentran en el Reporte de RSC 2007.

Hacer negocios ética y responsablemente es una razón clave por la que Manpower en 2008 fue incluida dentro del mundialmente reconocido ranking "World's Most Ethical Companies" ("Las empresas más éticas del mundo") del Instituto Ethisphere.

Durante este año, continuamos con el curso “online” anual sobre el Código de Ética de Manpower que nos ayuda a comprender y aplicar los principales valores y principios de nuestro Código de Conducta en las actividades diarias. Esta capacitación es obligatoria para todos los empleados permanentes de Manpower y las demás empresas del grupo.

A su vez, dentro del Centro de Aprendizaje de Ética Corporativa de Manpower Inc., ofrecemos el curso “Competencia Global” sobre las leyes vigentes que rigen las relaciones con los competidores, clientes y proveedores. Para aquellos empleados elegidos para realizar el curso, la participación es de carácter obligatorio.

### Protección de datos<sup>3</sup>

Como empresa de servicios, es fundamental garantizarle a nuestros clientes y asociados la confidencialidad de los datos que manejamos, ya que estamos en permanente contacto con información de las empresas y de las personas que buscan trabajo.

Es por eso que, a nivel mundial, tenemos una “Política de Privacidad de Datos Personales”, que brinda un marco regulatorio de protección para la información personal que manejamos, y que es firmada por todos los candidatos, asociados y empleados de Manpower Argentina. En 2008, en cumplimiento con la normativa vigente, actualizamos todos los registros de bases de datos ante

el Registro Nacional de Bases de Datos, dependiente de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

### 4.4. Responsabilidad Social en nuestra estrategia

Concebimos la Responsabilidad Social Corporativa como la integración de prácticas de negocio ética, social y ambientalmente responsables, que van más allá de los requerimientos contractuales, en todas las operaciones de negocios.

A partir de nuestro conocimiento del mundo del trabajo, ayudamos a empresas y personas a tomar las decisiones correctas ante el cambiante mundo laboral, interactuando constantemente con diferentes actores sociales en todo el país: empresas, personas, organizaciones de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas. Esto nos lleva a asumir nuestro rol social y a definir nuestra estrategia de RSC estrechamente vinculada a lo que hacemos: promover la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo, fomentando a la vez, la toma de conciencia y el rechazo a prácticas de empleo basadas en la explotación de personas.

<sup>3</sup> El detalle de los modos de implementación de la Política se encuentran en el Reporte de RSC 2007.

### PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN EN EL MUNDO DEL TRABAJO

Cuando en Manpower hablamos de Responsabilidad Social nos referimos a fortalecer la diversidad de nuestras comunidades y a generar oportunidades para que todos puedan ser parte de la fuerza laboral.

Nuestra responsabilidad como expertos en recursos humanos nos ha llevado a desarrollar una serie de programas tendientes a promover la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo.

Desde 2004, trabajamos para promover la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos, personas con discapacidad, refugiados y mujeres que quieren reinserirse en el mercado laboral, a través de nuestros programas de Responsabilidad Social:

#### Oportunidades para Todos

Promoción de la diversidad en el mundo laboral con énfasis en la inserción de personas con discapacidad.

### Reconocimientos 2008 a “Socios en la inclusión”

En noviembre de 2008 se realizó el primer evento de reconocimiento al que asistieron más de 130 personas, donde fueron distinguidas más de 40 empresas cliente de todo el país y 35 sucursales y empleados de Manpower como “Socios en la Inclusión”.

Estuvieron presentes funcionarios de gobierno, organismos internacionales, directivos de empresas, líderes de organizaciones de la sociedad civil, cuerpo directivo y gran parte de los equipos humanos de la compañía.

Entrega de reconocimientos a empleadas de Manpower “Socios en la Inclusión” a cargo del Director Regional Sur, Fernando Podestá (izquierda) y del Director Regional Norte, Martín Poncio (derecha): Arriba: Micaela Lapezzata de Neuquén y Valeria Delizzia de Contact Center de Ciudad de Buenos Aires. Abajo: Mariana Zubieta de Bahía Blanca, María Belén García de Pilar y Julieta Barceló de Tucumán.

#### Juntos por los Jóvenes

Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.

#### Sin Fronteras

Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.

#### La Mujer en la Empresa Contemporánea

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

Por su parte, a través de nuestro programa de Voluntariado Corporativo “Entrelazados - Comprometidos con los jóvenes y el trabajo”, nuestros empleados asumen un rol activo en los programas de Responsabilidad Social, aportando tiempo, contactos y conocimientos que enriquecen y aumentan su alcance.

### CONSTRUYENDO PUENTES, HACIA UN MUNDO LABORAL MÁS INCLUSIVO

Con el fin de promover oportunidades laborales y de formación para los colectivos en desventaja que participan de nuestros programas de Responsabilidad Social, lanzamos en 2008 “Construyendo Puentes - hacia un mundo laboral más inclusivo”.

“Construyendo Puentes” significa desde entonces, invitar a las empresas a evaluar cuál es el mejor candidato para el puesto no sólo por perfil, sino a valorar la posibilidad de comprometerse activamente promoviendo la inclusión y la diversidad en su empresa, brindando una oportunidad a una persona en desventaja.



## Testimonios de nuestros "Socios en la Inclusión"



### Mapfre Argentina

Recibió un reconocimiento especial por su trayectoria de trabajo junto a Manpower y su compromiso integral con la inclusión de personas con discapacidad.

*"Trabajar por la inclusión es un compromiso fuertemente asumido por nuestra Compañía y Manpower es para nosotros un referente. Las empresas necesitamos organizaciones empresarias con la mirada de Manpower en este tema y por eso elegimos trabajar junto a ellos más allá de esta distinción que tanto nos alegra y enorgullece."*

Julio Bresso  
Director de Recursos Humanos y Coordinador General de RSE  
Mapfre Argentina.

### Unilever

Trabaja desde el año 2005 junto a Manpower para brindar capacitación a personas con discapacidad. Además, en 2008 incorporó jóvenes de bajos recursos y personas refugiadas a sus equipos. Por todos estos motivos, recibió una distinción especial.

*"La unión entre diferentes actores genera sinergia que puede impactar positivamente en mejores oportunidades para toda la comunidad. Por eso nos sentimos orgullosos de poder compartir iniciativas y construir nuevos puentes con Manpower en beneficio de personas que necesitan insertarse en el mercado laboral. Promover oportunidades de inclusión es algo que forma parte de Unilever desde el inicio. Somos un equipo diverso, construido en base al crecimiento genuino de su gente y queremos desarrollarnos en ese rol como ciudadano corporativo responsable. Si podemos compartir esa misión junto a Manpower nuestra alegría es doble. Gracias por este reconocimiento."*

Florencia Iglesias  
Gerente de Recursos Humanos  
Unilever Cono Sur.



Izq.: Entrega de reconocimiento como empresa "Socia en la Inclusión" a Mapfre Argentina (de izq. a der.): Eduardo March, Subdirector General y Director de Marketing de Manpower; María Noel Domínguez, Jefe de Selección y Julio Bresso, Director de RRHH y Coordinador General de Responsabilidad Social Empresaria de Mapfre Argentina; y Alfredo Fagalde, Director General de Manpower Argentina. Der.: Entrega de reconocimiento como empresa "Socia en la Inclusión" a Unilever (de izq. a der.): María Amelia Videla, Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos de Manpower; Tarcisio Mulek de Asuntos Públicos y Comunicaciones, Fabián López de RRHH y Mariana Carnese de Desarrollo Organizacional de Unilever; Alfredo Fagalde, Director General de Manpower Argentina.

A partir del lanzamiento de "Construyendo Puentes", reconocemos anualmente a empresas cliente, sucursales y empleados comprometidos con esta iniciativa, que hayan generado oportunidades de formación y de empleo para beneficiarios de los programas de Responsabilidad Social.

- Trabajo infantil.
- Salarios por debajo de la ley a personas vulnerables.
- Explotación de personas en desventaja.
- Condiciones de trabajo riesgosas.

En Argentina estamos comprometidos en la concientización para la erradicación del trabajo infantil rural en el marco de nuestro programa de Responsabilidad Social:

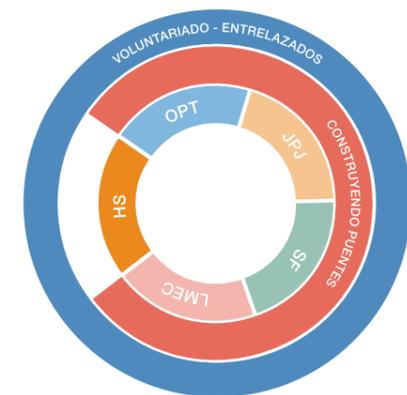
**Huella Solidaria un camino para mejorar la calidad de vida de los trabajadores rurales.**  
Formación sanitaria de trabajadores rurales y concientización para la erradicación del trabajo infantil.

### RECHAZO A LAS PRÁCTICAS DE EMPLEO ABUSIVAS

Generamos conciencia y rechazamos prácticas abusivas, en tanto llega el momento en que podemos ofrecer empleo a personas víctimas de:

- Trata de Personas (comercio sexual, trabajo esclavo).

### Nuestros programas y nuestros públicos de interés



	OPT	JPJ	SF	LMEC	ENT.	HS
CLIENTES	//	//	//	//	//	//
ASOCIADOS	//	//	//	//	//	//
EMPLEADOS	//	//	//	//	//	//
COMUNIDAD	//	//	//	//	//	//
GOBIERNO	//	//		//	//	//
ONGs	//	//	//		//	
UNIVERSIDAD	//	//			//	
ORGANISMO INTERNAC.			//		//	

**OPT:** Oportunidades para Todos  
**JPJ:** Juntos por los Jóvenes  
**SF:** Sin Fronteras  
**LMEC:** La Mujer en la Empresa Contemporánea  
**ENT.:** Entrelazados  
**HS:** Huella Solidaria

### Nuestro equipo

La Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos de Manpower está dedicada principalmente a sostener la mirada en la consecución de una gestión responsable del negocio; proponiendo, asesorando y contribuyendo en este sentido a la consecución de las estrategias y el logro de los objetivos corporativos. Reporta directamente al Director General.

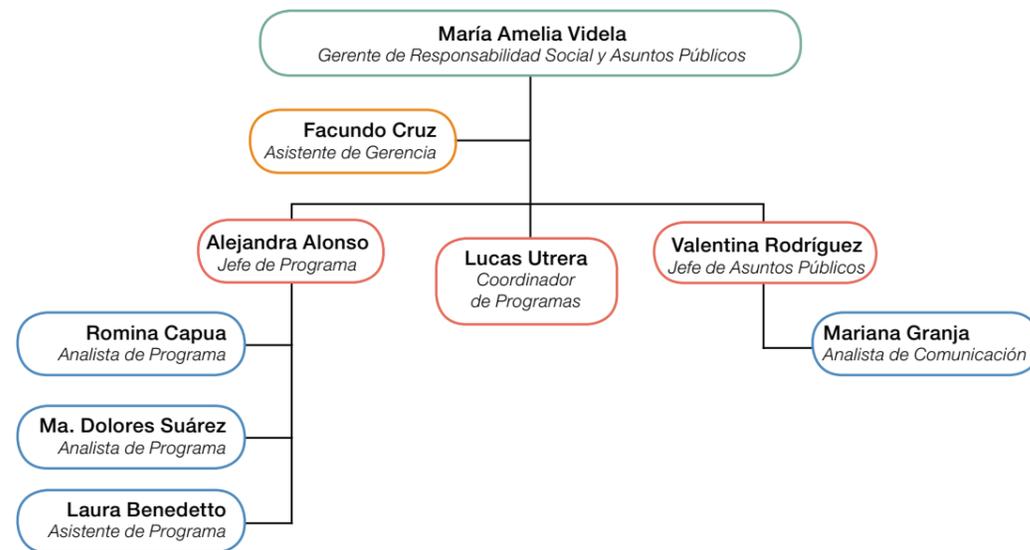
Desde 2003 cuenta con presupuesto propio y presenta un plan de acción anual a la Dirección de la compañía, alineado a la estrategia corporativa. El departamento de Responsabilidad Social y Asun-

tos Públicos está integrado por 9 profesionales especializados en distintas temáticas.

Una red de más de 24 Coordinadores capacitados en RSC a nivel nacional lidera las actividades de esta área, moviliza las acciones del voluntariado corporativo e interactúa con socios locales.

En 2008 la Gerencia asumió la gestión de los asuntos públicos de Manpower Argentina, siendo responsable de la relación de la compañía con organismos de gobierno, cámaras empresariales, medios de comunicación, universidades y organizaciones de la sociedad civil, así como también de la imagen institucional de la empresa.

### La Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos



Equipo de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos: (de izq. a der.) arriba: Alejandra Alonso, Romina Capua, Facundo Cruz, Lucas Utrera, Mariana Granja; abajo: Laura Benedetto, Dolores Suárez, María Amelia Videla y Valentina Rodríguez.

### Espacios de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa:

En todo el mundo, Manpower participa en espacios de diálogo y gestión de la RSC con organizaciones nacionales e internacionales a fin de generar un mayor impacto social en el desarrollo de un mercado laboral inclusivo.

#### Redes que integramos



#### Pacto Global de Naciones Unidas

La iniciativa de Naciones Unidas promueve la adhesión de las organizaciones al cumplimiento de 10 principios sobre derechos humanos, condiciones laborales, medioambiente y anti-corrupción.

Adherimos al Pacto desde 2003, formando el Grupo Promotor de esta iniciativa. En 2007 fuimos elegidos como una de las empresas titulares de la Mesa Directiva de la Red Argentina por un período de 2 años. [www.pactoglobal.org.ar](http://www.pactoglobal.org.ar)



#### Club de Empresas Comprometidas

Somos miembros fundadores del Club de Empresas Comprometidas formado en 2004 a instancias de la Unidad para Personas con Discapacidad y Grupos Vulnerables del Ministerio de Trabajo de la Nación. Su objetivo es promover la inserción laboral de trabajadores con discapacidad.

Desde 2007 formamos parte de la Comisión Coordinadora. [www.empresascomprometidas.org](http://www.empresascomprometidas.org)



#### Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil

Desde 2007 somos miembros de la Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil junto a la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) del Ministerio de Trabajo de la Nación, y más de sesenta empresas. El objetivo de este espacio es garantizar la permanente difusión, sensibilización y erradicación del trabajo infantil.

A su vez, formamos parte del Comité Directivo, integrado por otras siete empresas y la CONAETI, para coordinar la ejecución y monitoreo de los programas seleccionados para ser desarrollados en este ámbito. [www.trabajo.gov.ar/conaeti](http://www.trabajo.gov.ar/conaeti)

#### Cámaras



#### CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible):

En 2007 fuimos invitados a formar parte de la organización, que nuclea a 50 empresas líderes de diferentes sectores de la economía radicadas en el país, unidas por un compromiso en común: el desarrollo sostenible. [www.ceads.org.ar](http://www.ceads.org.ar)

Nuestro Director General, Alfredo Fagalde, es consejero del CEADS. Participamos también habitualmente –a través de la Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos– del Grupo de RSE.



**AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina**

Somos miembro de la AMCHAM y participamos activamente del Comité de RSE.

[www.amchamar.com.ar](http://www.amchamar.com.ar)



**IDEA - Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina**

Desde 2008 formamos parte de IDEA y de su división de RSE. Esta institución nuclea a más de 450 empresas líderes.

[www.ideared.org](http://www.ideared.org)

**Organizaciones promotoras de la Responsabilidad Social Empresaria:**

Apoyamos la labor de estas entidades y nos sumamos habitualmente a sus actividades e iniciativas:



**IARSE – Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, con sede en Córdoba**

[www.iarse.org](http://www.iarse.org)



**VALOS, con sede en Mendoza**

[www.valos.org.ar](http://www.valos.org.ar)

**Reconocimientos 2008**

**Premio Enrique Shaw 2008 (Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa - ACDE)**

Distinguidos como “Empresa que incluye a través del trabajo” por nuestros programas de Responsabilidad Social que promueven la inclusión y la diversidad en el mundo del trabajo, reconociéndonos como modelo de aplicación interna y en la cadena de valor y de desarrollo creativo e inclusivo del negocio.

**Premio ASDRA (Asociación Síndrome de Down de la República Argentina)**

Reconocidos en la categoría “Modelo de empresa” por nuestro compromiso sostenido en la construcción de una sociedad mejor en 2008.

**Premio “Responsabilidad Social Comunicativa 2008”**

Otorgado por el programa de Radio Continental, “Responsabilidad Social Comunicativa” de Veali Producciones en la categoría “Empresas” por el programa de RSC “Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida en las comunidades rurales”.

**Manpower Argentina fue reconocida por nuestra Corporación con el “Excellence Award”**

Manpower fue reconocida por nuestra Corporación con el Excellence Award por la “Campaña para Clientes” realizada con Manpower Professional en vía pública, gráfica y avisos de reclutamiento.

Para mayor información sobre los reconocimientos a Manpower Argentina visitar:

[www.manpower.com.ar/reconocimientos.asp](http://www.manpower.com.ar/reconocimientos.asp)



Alfredo Fagalde, Director General de Manpower (derecha) recibió el premio ACDE Enrique Shaw 2008 de manos de Adolfo Ablático, Presidente de ACDE (izquierda).

**Programa “Aliados en Educación y Trabajo”**

Compartimos nuestro conocimiento sobre el mundo del trabajo contemporáneo asumiendo un compromiso activo con las nuevas generaciones, a través de convenios con universidades y escuelas técnicas. Desde 2006 formalizamos más de 20

acuerdos con instituciones educativas de todo el país, para orientar y asesorar a estudiantes y graduados sobre las demandas, características y tendencias del mercado del trabajo presente y futuro.

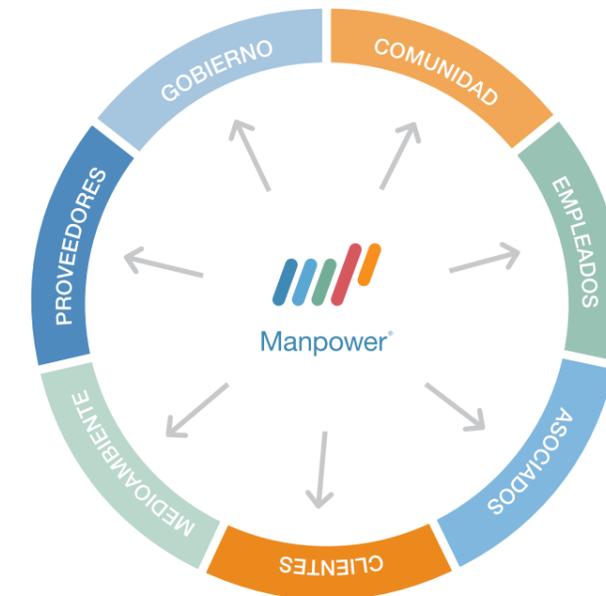
Para mayor información sobre los aliados de Manpower Argentina visitar:

[www.manpower.com.ar/nuestros\\_acuerdos.asp](http://www.manpower.com.ar/nuestros_acuerdos.asp)

Universidades	Escuela Técnica / Institutos
Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta	Escuela Técnica Ángel Gallardo – Avellaneda, Buenos Aires
Instituto Universitario Aeronáutico - Córdoba	Nuestra Señora de las Mercedes - Mercedes, Buenos Aires.
Universidad Argentina de la Empresa - Buenos Aires	Albert Thomas - La Plata, Buenos Aires
Universidad Católica Argentina - Buenos Aires	Escuela Técnica N° 1 de Morón - Buenos Aires
Universidad del CEMA - Buenos Aires	I.P.E.M N° 49 Domingo Faustino Sarmiento – Villa María, Córdoba
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - Buenos Aires	Instituto Superior San Nicolás de Bari - San Nicolás, Buenos Aires.
Universidad Abierta Interamericana - Buenos Aires	Instituto Privado Parroquial San Roque – Córdoba
Universidad Austral - Buenos Aires	Instituto Superior de Formación Docente y Técnica N° 5 - Pergamino, Buenos Aires
Universidad de Belgrano - Buenos Aires	
Universidad de Morón - Buenos Aires	
Universidad de Palermo - Buenos Aires	
Universidad de Quilmes - Buenos Aires	
Universidad del Centro Educativo Latinoamericano - Rosario, Santa Fe.	
Universidad Nacional de Tres de Febrero - Buenos Aires	
Universidad Autónoma de Entre Ríos	
Universidad Católica de Córdoba	
Universidad de la Marina Mercante - Buenos Aires	
Universidad del Aconcagua - Mendoza	
Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino - Tucumán	
Universidad del Salvador - Buenos Aires	
Universidad Nacional de Cuyo - Mendoza	
Universidad Nacional de San Juan	
Universidad Siglo 21 - Córdoba	

## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés

Nuestros grupos de interés



### COMUNIDAD

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

### EMPLEADOS

Distribuidos en las oficinas de todo el país, contratados por tiempo indeterminado, tiempo parcial, contrato eventual o a prueba.

### ASOCIADOS

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

### MEDIOAMBIENTE

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

### PROVEEDORES

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

### GOBIERNO

Instituciones gubernamentales de nivel nacional, provincial y municipal.

### 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.



## Acciones destacadas 2008

### CLIENTES

Manpower ocupa el 1º lugar en la categoría “Servicios Empresariales” del Ranking de las “1.000 empresas que más venden” en la Argentina, publicado por la Revista Mercado en junio de 2008 sobre nuestro desempeño en 2007.

Reconocimiento a 42 clientes como “Socios en la Inclusión” por su compromiso con la inclusión y la diversidad en el mundo del trabajo en el marco de nuestra iniciativa “Construyendo Puentes”.

Más de 300 clientes participaron del ciclo de encuentros “Mujer y Empresa en el Siglo XXI” para profesionales en Recursos Humanos en Buenos Aires y ciudades del interior cabeceras de regiones (Mendoza, Rosario, GBA Norte, Córdoba, Neuquén y GBA Sur).

Implementamos el programa “Oportunidades para todos” en 13 nuevas empresas cliente.

### ASOCIADOS

Lanzamiento de la “Experiencia de la Marca Manpower” que, en una primera etapa denominada “Experiencia del Candidato”, busca atraer y retener a nuestros asociados y mejorar nuestro vínculo con ellos.

Lanzamiento de la página Web exclusiva para asociados con beneficios, información y noticias de interés; un espacio para hacer trámites online de AFIP, ANSES y formularios internos de la empresa desde cualquier punto del país.

Creación del Área de Seguridad e Higiene para profundizar el cuidado de la seguridad de nuestros asociados dentro de las empresas cliente.

### EMPLEADOS

Inauguración del Centro de Entrenamiento Manpower (CEM) un espacio destinado únicamente a la realización de capacitaciones, reuniones y desayunos para nuestros empleados.

Lanzamiento de la Plataforma E-learning como herramienta clave de capacitación permanente y comunicación interna entre nuestros empleados.

Redefinición del proceso de Evaluación de Desempeño, que permite, por un lado, asignar y desarrollar a nuestra gente en base a las estrategias del negocio y, por el otro, alinear el bonus anual al cumplimiento de objetivos y aplicación de competencias.

Encuentros con mandos medios y gerentes por regiones con el objetivo de escuchar sus opiniones acerca de cómo viven la realidad las empleadas madres en sus oficinas para conciliar vida laboral y familiar, en el marco de nuestro programa de RSC “La mujer en la empresa contemporánea”.

### PROVEEDORES

Realización de dos jornadas de diálogo, en junio y octubre, con 30 proveedores clave para conocer sus opiniones y expectativas sobre nuestro Reporte de RSC, y sobre la relación entre los proveedores y Manpower Argentina.

### COMUNIDAD

Ampliación de nuestra base de datos a 1.800 personas con discapacidad, las cuales están entrevistadas, evaluadas y categorizadas según el perfil laboral.

Intervención a través de actividades de capacitación y formación en salud en 7 comunidades rurales en Santiago del Estero con continuidad durante 7 meses. Se realizó un encuentro final de comunidades rurales en el que participaron cerca de 100 vecinos, docentes, autoridades educativas y el principal diario de la capital provincial.

### GOBIERNO

Firma de Convenio Marco de Asistencia Técnica junto a la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) con el fin de generar espacios de diálogo con trabajadores rurales y seminarios de concientización sobre el trabajo infantil en Mendoza, Salta y Tucumán.

Convenio de Asistencia Técnica con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para capacitar en la búsqueda de empleo a jóvenes de bajos recursos, mujeres desempleadas y personas con bajo nivel de calificación laboral.

## 5.1. Nuestros programas

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

Alentamos a nuestros clientes a asumir un compromiso activo con la práctica de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo. Actualmente desarrollamos 6 programas de Responsabilidad Social Corporativa, en alianza con diversos actores sociales.

## // Oportunidades para Todos

13

nuevas empresas incorporaron personas con discapacidad en sus equipos a través nuestro programa.

*“Los resultados de nuestra participación en el programa Oportunidades para todos, son más que positivos.”*

*El impacto en los sectores de trabajo y en la organización en general, ha sido notorio.*

*Creemos que estar llevando adelante el Programa, nos ha enseñado a todos los que formamos parte de este hotel, que si uno quiere, puede lograr lo que se propone.”*

**Agustina Castro Videla**  
Training, Development & Employment Park Tower, A Luxury Collection Hotel. Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center

484

personas con discapacidad obtuvieron un empleo a través de Manpower desde la creación del Programa en 2004.

Lanzamos una nueva herramienta de comunicación y sensibilización que recopila información acerca de la discapacidad y testimonios de empresas y personas que han logrado insertarse en el mercado laboral a través del programa.

1.800

personas con discapacidad, que han sido entrevistadas, evaluadas y categorizadas, forman parte de nuestra base de datos de postulantes.



Emmanuel Sandoval trabaja como Auxiliar de Gastronomía.

*“Tenía deseos de cambiar de trabajo, era un nuevo desafío... Estaba un tanto desanimada dado que en algunas entrevistas me habían excluido al descubrir mi particular ‘acento’, debido a mi hipoacusia. Imagínense mi alegría cuando me confirmaron la vacante en Manpower!!!.*

*Fui recibida por mis compañeros de manera muy cálida y me dieron la posibilidad de desempeñarme con serenidad y así demostrar que puedo cumplir con las expectativas.*

*En Manpower encontré un lugar donde se valora la formación, la ética, la responsabilidad, la lealtad y el desempeño profesional. Sin duda aquí podré demostrar mis capacidades y desarrollarme.”*

**Carolina Schmidt**  
Asistente de Investigación y Desarrollo  
Manpower Argentina

## 70 horas

de voluntariado dedicadas al programa

## 7

voluntarios de Casa Central y sucursales de Manpower intervinieron como capacitadores

### ¿Qué hacemos?

#### Con nuestros clientes:

- Acompañamos y asesoramos a las empresas en los procesos de integración e inserción laboral.
- Identificamos actividades y ocupaciones que pueden ser cubiertas por personas con discapacidad, evaluando las adaptaciones del puesto en caso de ser necesario.

#### Con los candidatos:

- Administramos entrevistas y evaluaciones para ampliar la base de datos y detectar necesidades de capacitación en los postulantes.
- Administramos talleres de formación laboral adaptados por tipo de discapacidad.
- Administramos talleres de evaluación grupal a fin de evaluar el potencial laboral de las personas con discapacidad, mediante una instancia grupal que permita observar comportamientos, actitudes y distintos aspectos de la personalidad de cada participante.
- Administramos talleres de Orientación Vocacional a fin de detectar las aptitudes vocacionales de los participantes.
- Mantenemos contacto con todos los candidatos de nuestra base de datos mediante el envío de un newsletter bimestral con información acerca del programa “Oportunidades para Todos” y de distintas actividades útiles para las personas con discapacidad, en virtud de mejorar sus posibilidades de empleabilidad.

Resultados “Oportunidades para Todos”	2007	2008
<b>Con Clientes</b>		
Cantidad de ejecutivos de empresas cliente que fueron capacitados en diversidad	395	164
Cantidad de nuevas empresas comprometidas	14	13
<b>Con los candidatos</b>		
Cantidad de personas con discapacidad que obtuvieron un empleo a través de Manpower	176	106
Cantidad de personas que obtuvieron un empleo a través de Manpower desde la creación del Programa en 2004	378*	484
Total de talleres para personas con discapacidad	25	20
<b>Con nuestros empleados</b>		
Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en Manpower en el año	21	25
Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en Manpower desde 2004	55	80
Cantidad de referentes en sucursales capacitados en la metodología específica de inserción de personas con discapacidad	48	56
Cantidad de participantes de las capacitaciones para promover las oportunidades de empleo de personas con discapacidad	66	54
Horas de capacitación en temáticas de discapacidad	472	664

\*Error de publicación en el Reporte de RSC 2007

#### Con nuestros empleados:

- Capacitamos en diversidad e inclusión y formamos referentes que llevan adelante los procesos de selección de personas con discapacidad en todo el país.
- Incorporamos personas con discapacidad a nuestros equipos de trabajo.
- Promovemos la capacitación de nuestros empleados referentes en temáticas específicas, como por ejemplo en Lengua de Señas.

### Acuerdo Manpower-Unilever para capacitación a personas con discapacidad

En 2008 desarrollamos con Unilever un programa de capacitación dirigido a personas con discapacidad motriz y auditiva para que logren adquirir conocimientos que les faciliten la inserción en el mercado laboral.

Se capacitó a los participantes en 15 encuentros semanales entre los meses de junio y octubre de 2008 acerca del uso de herramientas informáticas, mantenimiento preventivo en planta, calidad, y pautas generales de microemprendimientos.

Unilever desarrolló los contenidos, facilitó los capacitadores y el traslado de los asistentes. Manpower, por su parte, fue responsable del reclutamiento de las personas con discapacidad a capacitar y del dictado del módulo de orientación acerca del mercado laboral.



Taller de Formación laboral para personas con discapacidad

### Objetivo

El programa “Oportunidades para Todos” promueve la diversidad en el mundo del trabajo, con énfasis en la inserción laboral de personas con discapacidad.

Nuestro equipo de profesionales en la temática lleva adelante una metodología específica para la inserción de personas con discapacidad, acompañando tanto al cliente como al asociado durante todo el proceso.

### Capacitación a empresas cliente

Acompañando los procesos de integración laboral de personas con discapacidad, desarrollamos actividades de capacitación en las empresas cliente centradas en el valor de la diversidad dentro

del ámbito de trabajo, brindando herramientas y conocimientos para habilitar a los participantes frente a una nueva experiencia. Durante 2008 realizamos 2 tipos de capacitaciones bajo la modalidad de seminario taller con una duración de entre dos y cuatro horas.

Capacitaciones	Cantidad de clientes que participaron	Total de talleres	Total de horas de capacitación
<b>Objetivos de Concientización en diversidad</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar agentes multiplicadores en la temática de discapacidad</li> <li>• Concientizar acerca de la capacidad de las personas con discapacidad</li> <li>• Brindar información teórica con respecto a las diferentes discapacidades y sus implicancias a nivel laboral</li> </ul>	149	14	372
<b>Objetivos de Capacitación en herramientas de selección para personas con discapacidad</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción en la temática abordando las distintas discapacidades</li> <li>• Análisis de cada discapacidad por puesto laboral.</li> <li>• Cómo tratar y comunicarse con el postulante según el tipo de discapacidad</li> <li>• Cómo coordinar y conducir la entrevista.</li> <li>• Adaptar las herramientas a utilizar en la entrevista laboral.</li> </ul>	15	2	84

Para mayor información visitar: [www.manpower.com.ar/rsc\\_talleres.asp](http://www.manpower.com.ar/rsc_talleres.asp)

Inserciones por tipo de discapacidad	2007	2008	Inserciones por Especialización	2007	2008
Motriz	47	38	Industrial	79	45
Auditiva	77	48	Administrativa	44	38
Visual	10	3	Promociones	41	15
Mental	35	6	Hospitalidad	3	6
Visceral	7	11	Contact Center	9	2

### Nuestros aliados

Gobierno	Ministerio de Desarrollo Económico - Subsecretaría de Trabajo del Gob. de la CABA Comisión para la Plena Participación e Integración de las Personas con Necesidades Especiales (COPINE) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Servicio de Colocación Laboral Selectiva (SECLAS) del Gobierno de la Prov. de Bs. As. Área de Discapacidad de los Municipios de: Vicente López, Avellaneda y Pilar (Provincia de Buenos Aires • Dirección de Acción Social y Dirección de Empleo, Municipalidad de San Isidro (Provincia de Buenos Aires)
Organizaciones sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de Capacitación e Inserción Laboral de la Población Ciega (AGORA)</li> <li>• Instituto Villasoles • Instituto Integral de Educación • Centro Dar • Secretarías en Red • Instituto Súlyay • Integración y Desarrollo Laboral (IDEL) • Asociación Zoe</li> <li>• Instituto Nuestra Luz • Taller Protegido Wilde</li> </ul>
Universidades	Universidad Católica Argentina (UCA) – Ciudad de Buenos Aires Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) – Buenos Aires

## // Juntos por los Jóvenes

*“En el transcurso de los talleres de empleabilidad dictados junto a los voluntarios de Manpower, los jóvenes participantes del programa Doncel de inserción sociolaboral de jóvenes institucionalizados, de la organización social Amartya, pudieron armar el currículum vitae, reconocer las fortalezas y debilidades de su personalidad para ofrecer en un empleo, diferenciar los avisos clasificados confiables de los que no lo son y lo más importante, acceder a una entrevista laboral formal.”*

*“Tuve la oportunidad de estar en Manpower capacitándome para poder buscar un trabajo y hacer una entrevista. Fue una hermosa experiencia que me sirvió mucho. Hoy en día estoy trabajando como repositor externo en supermercados. Pude acceder al mundo laboral y mejorar mi calidad de vida.”*

**Víctor Jiménez (22 años)**  
 Hogar Don Bosco - Tucumán  
 Participante en el taller de jóvenes en el marco de alianza con Red por los chicos

*Los Voluntarios de Manpower logran transmitir cabalmente su experiencia como selectores ofreciendo a los jóvenes, sendas herramientas de búsqueda y presentación personal. Gracias a Manpower y su programa de voluntariado corporativo porque es un actor fundamental en nuestra red de empresas e instituciones educativas, ya que interviene en el primer acercamiento concreto de los jóvenes participantes al mundo del empleo formal.”*

**Equipo Programa Doncel**  
 Fundación Amartya



### Objetivo

El programa “Juntos por los Jóvenes”, lanzado a fines de 2003, tiene como objetivo mejorar la empleabilidad y las posibilidades de inserción laboral en el empleo formal de jóvenes de bajos recursos de entre 18 y 30 años de edad, con acento en el desarrollo de las competencias requeridas por el mercado laboral actual.

A partir del trabajo en red con actores sociales dedicados al tema juventud y empleo, intercambiamos conocimientos y recursos en favor de este colectivo en desventaja.

### ¿Qué hacemos?

- Dictamos talleres de orientación para la inserción laboral a nivel local, articulando nuestras sucursales Manpower con socios del gobierno, del tercer sector y del sector privado.
- Generamos oportunidades de diálogo entre los empleados de Manpower y los partners sobre los requerimientos del mercado laboral, orientando a los socios a una mejor planificación de actividades de formación para los jóvenes, que respondan a los requerimientos del mercado laboral.
- Avanzamos en sensibilización y capacitación del Voluntariado Corporativo de Manpower para acompañar a los jóvenes en los procesos de gestión e inserción laboral.

El proceso de formación para los jóvenes se centra en: el valor del trabajo, la actitud a la hora de buscar un empleo, los requerimientos del mercado laboral formal, la definición del perfil laboral, herramientas para la búsqueda de empleo, actitudes en el trabajo para el correcto desempeño en el ámbito empresarial y capacitación inicial en seguridad e higiene laboral.

En 2008 continuamos desarrollando el programa de capacitación a alumnos que están cursando el último año en escuelas técnicas de la Provincia de Buenos Aires.

Resultados "Juntos por los Jóvenes"	2007	2008
Cantidad de jóvenes entrevistados en nuestras oficinas	201	210
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral	558	615
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral desde el inicio del programa	2.025	2.600
Cantidad de jóvenes que participaron en los talleres en escuelas técnicas de GBA	270	400
Cantidad de provincias involucradas	9	10
Cantidad de talleres de formación laboral realizados	45	40
Cantidad de ONGs que participaron	20	15
Cantidad de escuelas técnicas involucradas	20	12

Más de 2.600 jóvenes de todo el país han participado en los talleres de formación laboral dictados por Voluntarios Entrelazados.

Comenzamos a dictar talleres de formación laboral para jóvenes recuperados de adicciones a drogas con organizaciones sociales de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.



Taller de Formación laboral para jóvenes

### Nuestros aliados

Gobierno	Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Áreas de Empleo de los Municipios de Córdoba, Villa María (Córdoba), Rosario (Santa Fé), Luján de Cuyo (Mendoza), Pilar y Bahía Blanca (Buenos Aires)
Organizaciones sociales	• Fundación SES • Asociación Conciencia - Ciudad de Buenos Aires • Fundación Pescar - Salta, Avellaneda, Pilar y Campana en Buenos Aires • Red por los chicos - Tucumán • Granja Siquem - Río Cuarto, Córdoba • Manos Solidarias - Cruz del Eje, Córdoba • APDNA: Asociación para la Promoción de Derechos del Niño y del Adolescente - Gualeguaychú, Entre Ríos • Gente Nueva - Bariloche, Río Negro • Otras Voces - Neuquén • Uniendo Caminos - Ciudad de Buenos Aires • Amartya - Ciudad de Buenos Aires • Cáritas - Mendoza, San Juan y San Luis • INCIDE: Instituto para la Cultura, la Innovación y el Desarrollo - Córdoba • FUDESTA: Fundación de Desarrollo Social del Sector Tabacalero - Jujuy • CIAE: Fundación Centro Integral de Apoyo Educativo - Corrientes
Empresas	• DOW Argentina (Programa "Buen Trabajo") • Autopistas del Sol • Petrobras (Programa "Educar para trabajar", Campana, Zárate, Avellaneda, Cañuelas y Bahía Blanca - Provincia de Buenos Aires) • Pepsico ("Red jóvenes con futuro")

1.000 horas

de voluntariado dedicadas al programa

142

voluntarios de Casa Central y sucursales de Manpower intervinieron como capacitadores

En el marco del Programa "Buen Trabajo" de Dow, Manpower firmó un convenio con el Instituto Superior Pedro Goyena, de Bahía Blanca. De esta forma, se sentaron las bases para la realización en 2009 de un seminario teórico-práctico con estudiantes avanzados de Recursos Humanos.

En el marco de su práctica profesional, se sumarán como voluntarios en el proceso de reclutamiento de grupos y dictado de talleres para los jóvenes del Programa "Buen Trabajo" con contenidos vinculados al desarrollo de actitudes y recursos necesarios para la obtención de empleo.



Firma de convenio con el Instituto Superior Pedro Goyena de Bahía Blanca: (de izq. a der.) Hernán Sánchez, Gerente de Sucursal Manpower Bahía Blanca; Patricia Myriam Pereyra, Presidente del Instituto; Ramón Pérez Mauri, Gerente de Recursos Humanos y Marcela Guerra, Gerente de Asuntos Públicos de Dow Argentina

## // Sin Fronteras

*“La experiencia de trabajo conjunto nos está dejando al equipo de trabajo de MyRAR importantes aprendizajes acerca de las condiciones del mercado laboral y a su vez está permitiendo conseguir empleo para algunos refugiados/as.*

*El aporte de los voluntarios de Manpower, permite que puedan anticipar cómo es enfrentar el mercado laboral. Asimismo, las reuniones de capacitación que mensualmente se realizan en la sede de MyRAR facilitan el conocimiento e intercambio de personas de diferentes países, generando crecimiento del capital social.*

*Todo esto se logra a partir de técnicas de trabajo claras y específicas realizadas por los voluntarios de Manpower, pero especialmente por la dedicación, profesionalidad y “buena onda” que el equipo pone al realizar la tarea de búsqueda de trabajo para personas refugiadas en la Argentina.”*

**Sergio Bertini**  
Director Fundación MyRAR

*“Apenas llegué a Argentina conocí la Fundación MyRAR (organización social de Buenos Aires aliada del ACNUR) donde me invitaron a los talleres de Manpower. En esa actividad me enseñaron todo lo necesario para salir a buscar trabajo y cómo ir a una entrevista laboral. Luego fui a la entrevista en la oficina de Manpower y, en menos de 15 días, recibí la propuesta para mi primer trabajo en Argentina.*

*Gracias a Manpower pude asumir un cambio tan grande. Tuve muy buena suerte. El trabajo me da estabilidad para estudiar y aspirar a más cosas. Mi meta es terminar la universidad mientras continúo trabajando.”*

**Natalia (21 años)**  
Refugiada colombiana

**76 horas**  
de voluntariado dedicadas al programa

**19**  
voluntarios de Casa Central y sucursales de Manpower intervinieron como capacitadores



Taller de orientación laboral para personas refugiadas

**175**  
personas refugiadas provenientes de África, Asia y América Latina participaron de los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo dictados por voluntarios Entrelazados.

**112**  
personas refugiadas fueron entrevistadas y evaluadas en las oficinas de Manpower. 28 accedieron luego a un empleo a través de Manpower.

## ¿Qué hacemos?

Realizamos actividades y talleres de orientación laboral a personas refugiadas en la Argentina para el logro de oportunidades de empleo, canalizando aquí nuestra experiencia de trabajo con jóvenes de bajos recursos. A su vez, seguimos concientizando a nuestros empleados voluntarios acerca de la magnitud de esta problemática en nuestro país.

- Los participantes de los talleres son derivados a nuestras sucursales para una entrevista laboral, según perfiles e intereses.

El programa desarrolla sus actividades principalmente en la Ciudad de Buenos Aires. También se trabaja en Mendoza y Rosario con refugiados colombianos de la Fundación HIAS.

### Nuestra estrategia de intervención:

- Voluntarios de Manpower administran talleres de inserción laboral a grupos de refugiados con el fin de orientarlos acerca del mercado laboral argentino y brindarles herramientas para abordar la búsqueda de empleo, en alianza con la ONG MyRAR – Migrantes y refugiados en Argentina.

Resultados "Sin fronteras"	2007	2008
Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo	70	105
Cantidad de talleres dictados	7	11
Cantidad de refugiados entrevistados en nuestras oficinas	32	80
Cantidad de personas refugiadas que obtuvieron un empleo a través de Manpower	10	18

## Nuestros aliados

Organización internacional	ACNUR: Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados
Organizaciones sociales	Fundación MyRAR: Migrantes y Refugiados en Argentina – Ciudad de Buenos Aires
	HIAS: The Hebrew Immigrant Aid Society – Ciudad de Buenos Aires

## Objetivo

El Programa “Sin Fronteras” tiene como fin la orientación laboral y provisión de herramientas para la búsqueda de empleo a personas migrantes y refugiadas en la Argentina.

En marzo de 2007 firmamos una carta de intención con la Representación Regional del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) formalizando este compromiso de trabajo, siendo declarados “Empresa solidaria con las personas refugiadas”.

## // La Mujer en la Empresa Contemporánea

*“Hoy más que nunca las empresas necesitan del aporte comprometido de sus empleados y eso lo conseguirán en la medida en que sean capaces de ofrecer políticas de conciliación trabajo – familia que muestren un verdadero interés por las personas.”*

*En este sentido, es sumamente valioso el trabajo que Manpower está realizando internamente, a través de su Comité de Conciliación y la formación de los mandos, para construir entre todos un plan de conciliación que contemple todas las necesidades familiares y personales de sus colaboradores y desarrolle lazos de confianza entre todos a fin de trabajar armónicamente, directivos, mandos y empleados para lograr un triunfo compartido: la conciliación trabajo – familia de cada uno.”*

**Patricia Debeljuh**  
Profesora e Investigadora IAE.  
Universidad Austral. Directora Más Valores

*“Me pareció muy educativo e importante el taller porque nos ayuda a las mujeres que hace mucho tiempo que no trabajamos, a sentirnos seguras a la hora de buscar un empleo y enfrentar una entrevista laboral.”*

**Miriam (37 años)**  
Participante en el taller de reinserción laboral para mujeres

Desarrollamos talleres de reinserción laboral en los que participaron 40 mujeres convocadas por la Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y 20 mujeres de las Unidades 3 y 31 de la cárcel de Ezeiza.

**300+**  
Empresas cliente participaron del ciclo de encuentros “Mujer y Empresa en el siglo XXI” realizado en la Ciudad de Buenos Aires y en el interior del país.

Creamos el Comité de Conciliación interdepartamental, que delineará las políticas de conciliación para nuestra compañía.

### Objetivo

El Programa “La Mujer en la Empresa Contemporánea”, lanzado en el año 2007, promueve el rol de la mujer en el mundo del trabajo con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar.

### ¿Qué hacemos?

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

### Empresas cliente

#### “Mujer y Empresa en el siglo XXI”

Dictamos ciclos de encuentros para profesionales en Recursos Humanos de empresas cliente en todo el país, abordando las siguientes temáticas:

- La promoción de la mujer en la empresa
- El lugar que ocupa la mujer a la hora de seleccionar personal, la justa retribución por sus tareas

- Las posibilidades de capacitación que les permitan un buen desarrollo de carrera
- La necesaria conciliación entre las demandas de los puestos de trabajo y las exigencias de la vida familiar

Estos talleres fueron desarrollados junto a la Dra. Patricia Debeljuh, profesora e investigadora, autora de numerosas publicaciones sobre el tema.

En 2008 nos focalizamos en llevar este ciclo de encuentros al interior del país, visitando las ciudades de Mendoza, Rosario, Neuquén, Córdoba y localidades del Gran Buenos Aires. En cada lugar, un panel integrado por ejecutivas representantes de empresas locales compartió experiencias y buenas prácticas de conciliación y desarrollo profesional.

### Público interno

A fin de avanzar activamente en la promoción de la flexibilidad y equidad laboral en nuestra compañía, más de 60 empleadas con hijos de 0 a 12 años participaron de 6 encuentros en donde se escuchó a cada una en sus desafíos por conciliar vida personal y profesional en 2007.

En 2008, reunimos a los gerentes, supervisores y jefes que tienen en sus equipos mujeres con hijos de 0 a 12 años, con el objetivo de escuchar sus opiniones acerca de cómo viven la realidad las mujeres madres en sus oficinas para conciliar vida laboral y familiar.

### Visita de Nuria Chinchilla

En abril de 2008, invitamos a la Dra. Nuria Chinchilla, única mujer del *top ten management* español y Directora del Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE Business School (España), a un encuentro con más de 90 representantes de empresas y medios de comunicación centrado en el rol de **La Mujer en la Empresa Contemporánea**.

Programa de Responsabilidad Social Corporativa

### Mujer y Empresa en el siglo XXI: hacia una nueva cultura en las organizaciones

Desde 2007, y como parte de un programa de responsabilidad social más amplio, en Manpower Argentina estamos desarrollando encuentros con organizaciones centradas en el rol de **La Mujer en la Empresa Contemporánea**. Como sabemos lo que importa es la concreción y la posibilidad de anticiparse a reflexionar sobre aquellos temas de la agenda de RRHH que impactarán en su organización. Por eso, lo invitamos a escuchar a la Dra. Nuria Chinchilla, la primera experta española en Management que y Gestión cuyo trabajo ha sido analizado por una escuela de negocios de Estados Unidos, La Universidad de Stanford publicó recientemente un caso sobre la influencia de la profesora del IESE en la conciliación laboral y familiar en España (Nuria Chinchilla: the power to change workplaces).

22 de Abril. De 9:00 a 11:00 hs.  
Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center.  
Salón EL AGUILA, piso 24. San Martín 1225, Bs. As.

Actividad no patrocinada. Exclusivamente con invitación. Se requiere inscripción previa.

**Nuevos escenarios:**

- La mujer como agente de cambio hacia una nueva cultura.
- La empresa fuertemente responsable como respuesta al desafío de la atracción y retención de talentos.
- Políticas de conciliación. Empresas Familiares. Mejores prácticas.

**Objetivo:**

- Quiénes asumen roles de dirección, gerenciales y técnicos en la gestión de recursos humanos y de la responsabilidad social empresarial.
- Perfiles especializados en temáticas técnicas y management, gestión de recursos humanos y responsabilidad social empresarial.

**Este temático del encuentro:**

- La incorporación de la mujer al mercado laboral. Nuevos entornos y nuevas demandas.
- Cultura organizacional: Facilitadores e impulsores para la promoción femenina.
- El aporte de la mujer a las organizaciones. Competencias directivas y estilos de liderazgo femenino.

**Contenidos:**

- 09:30: Inscripción.
- 09:30: Inauguración a cargo de la Gerente de Responsabilidad Social, Argentina.
- 09:30: Presentación de Nuria Chinchilla.
- 09:30: Experiencia y presentación de mejores prácticas a cargo de la Dra. Nuria Chinchilla.
- 10:30: Programa, temas e intervenciones de roles.
- 11:00: Cierre y protocolo de despedidas.



Equipo de Manpower junto a la Dra. Nuria Chinchilla

**Comité de Conciliación**

En 2008 constituimos el Comité de Conciliación interdepartamental formado por 9 hombres y mujeres de Casa Central y Sucursales de distintos niveles de mando y áreas de negocio de la Compañía, con el objetivo de avanzar activamente en la definición de una política que dé marco a opciones de flexibilidad laboral y otras instancias que permitan mejorar el balance trabajo-familia.

Durante diciembre de 2008 se llevó adelante el primer encuentro del Comité, en el que se sentaron las bases para el posterior trabajo y presentación de la política en el año 2009, cuando comenzará el esquema de reuniones mensuales. En este primer encuentro participó la Dra. Patricia Debeljuh, quien acompañará el proceso de reuniones como facilitadora externa y experta en la temática.

**Comunidad**

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

Desde 2008, más de 40 mujeres participaron en los talleres de reinserción laboral dictados por voluntarios de Manpower junto a la Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Todas fueron derivadas a las oficinas de Manpower para ser entrevistadas y evaluadas.

Además, en 2008 realizamos talleres de orientación laboral dirigidos a contribuir con la futura inserción de las mujeres de las Unidades Penitenciarias N° 3 y N° 31 de Ezeiza, que están en proceso de libertad, en alianza con la Secretaría de Cultura de la Nación, en el marco del Programa Café Cultura Nación, considerando aquí a la formación para el trabajo como eje estratégico de una política de inclusión socio-cultural.

**64 horas**  
de voluntariado dedicadas al programa

**10**  
voluntarios de Casa Central y sucursales de Manpower intervinieron como capacitadores

Resultados "La Mujer en la Empresa Contemporánea"	2007	2008
Cantidad de mujeres que participaron de los talleres junto a la Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	-	40
Cantidad de mujeres próximas a recuperar su libertad que participaron de los talleres de reinserción laboral	-	10
Cantidad de clientes que participaron del ciclo de encuentros para profesionales de RR.HH. "Mujer y Empresa en el Siglo XXI"	30	300
Cantidad de encuentros con el público interno	6 (para empleadas madres)	7 (para mandos)
Cantidad de participantes en los encuentros con el público interno	62 (empleadas madres)	69 (para mandos)

**Nuestros aliados**

Gobierno	Secretaría de Cultura de la Nación, Programa "Café Cultura Nación"
	Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
Experta	Dra. Patricia Debeljuh, Profesora e Investigadora IAE. Universidad Austral. Directora Más Valores

// Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de los trabajadores rurales

*"Desde 2006, comunidades rurales del interior de Santiago del Estero abren sus puertas a nuestra compañía para vivir esta experiencia de la manera más creativa posible, para alcanzar el desarrollo personal y comunitario."*

*Cada año me integro a comunidades diferentes, a distintas familias. Durante 6 meses intento dejar lo mejor de mi profesión y mi persona en cada una de ellas. Cada taller, cada temática, marca huellas cargadas de sentimientos, testimonios y conductas que van quedando guardadas en mis recuerdos y aprendizajes. Durante estos 3 últimos años, la experiencia con el campo ha sido el alimento de mi crecimiento personal y profesional."*

**Carolina Manzur**  
Educatora Sanitaria de Manpower

*"He participado de los talleres de Manpower en el 2008 junto a un grupo de 12 personas. Todos quedamos muy satisfechos porque nos sirvió para crecer y para comprometernos más con nosotros mismos, incluso también con las escuelas de nuestra zona. Aprendimos sobre salud, prevenciones, mal de chagas, tuberculosis, educación sexual... Temas muy importantes para nosotros y que no conocíamos. Los chicos de las escuelas se involucraron mucho y fue muy satisfactorio para ellos. Los padres también estuvieron muy agradecidos. Tuvimos una reunión con todas las comunidades que participamos de los talleres de Manpower y fue muy linda. Se ha juntado mucha gente y todos compartimos lo aprendido. Fue buenísimo. Esperamos con ansias volver a empezar el ciclo de talleres, para seguir aprendiendo cosas nuevas."*

**Noemí Rojas de Monte Redondo,**  
Departamento de Loreto (Santiago del Estero)

**100+**  
Vecinos de 7 parajes rurales participaron en el "I Encuentro sobre salud en comunidades rurales", en el que se analizaron los aprendizajes y el impacto de las acciones de formación sanitaria, fortaleciendo vínculos y formalizando compromisos en cada comunidad para el año 2009.



Entrega de certificados a los participantes de los talleres de formación sanitaria de la comunidad rural de San Vicente (Santiago del Estero).

### ¿Qué hacemos?

Dentro del panorama de pobreza de muchas áreas rurales de nuestro país, la problemática sanitaria constituye una de las principales amenazas para la empleabilidad de los trabajadores rurales. Contando en nuestro staff con una educadora para la salud local, desarrollamos ciclos de talleres de formación sanitaria en 13 comunidades de los Departamentos de Loreto y Atamisqui (Santiago del Estero) para los trabajadores rurales de Manpower y sus familias, abordando problemáticas como: Mal de chagas, tuberculosis, HIV, violencia doméstica y nutrición.

#### Por la erradicación del trabajo infantil

En abril de 2008, firmamos un convenio marco de asistencia técnica con la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI). Así, con el asesoramiento de este organismo, trabajamos también en la sensibilización de la problemática del trabajo infantil en zonas rurales, desarrollando espacios de contención comunitarios para niños, haciendo foco en la importancia de la educación y el juego en la vida de los menores, a partir del diálogo con trabajadores rurales en Santiago del Estero.

Además, nos enfocamos en la formación de nuestro personal de la Unidad de Negocios Rural en la problemática del trabajo infantil agrícola y el compromiso asumido por la Compañía. Para ello, en 2008, personal técnico de la CONAETI capacitó en esta temática a voluntarios de Manpower, proporcionándoles herramientas para abordar esta

#### Campaña solidaria 2008 para escuelas de Santiago del Estero

Anualmente la Compañía realiza una Campaña Solidaria para colaborar con las escuelas a las que asisten los hijos de nuestros trabajadores rurales. En la Campaña Solidaria 2008 participaron el 45% de nuestros empleados. Con su donación, pudimos recolectar un importe equivalente a 976 pares nuevos de zapatillas. A su vez, Manpower Argentina colaboró con donaciones de materiales de construcción, estufas, bancos y tablonos de madera, juegos didácticos, artículos deportivos y material de librería.

Todas estas donaciones fueron destinadas a mejorar las condiciones de estudio de los alumnos de las escuelas rurales de las comunidades de Taquetuyo, Ayuncha, Punua, Monte Redondo, San Vicente, La Noria y San Gregorio – Departamento de Loreto – Santiago del Estero. 25 voluntarios de Manpower visitan cada año las comunidades para compartir dos jornadas de actividades y realizar la entrega de lo recolectado.



### Objetivo

El Programa “Huella Solidaria” tiene como objetivo contribuir con la empleabilidad de los trabajadores rurales y sus familias en las zonas en las que Manpower opera, a través de acciones de concientización sobre temáticas sanitarias con énfasis en la enfermedad de Chagas, para que ellos a su vez, asuman el rol de agentes multiplicadores.

Asimismo, buscamos sensibilizar a los trabajadores rurales de Manpower sobre la prevención y erradicación del trabajo infantil agrícola.

problemática con los trabajadores rurales y sus familias en las comunidades en las que opera.

Durante 2008, voluntarios de Manpower de la Unidad de Negocios Rural junto con el Departamento de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos, realizaron un mapeo y diagnóstico de las necesidades de las comunidades de Gualtayarí (Tupungato – Mendoza), El Mirador (San Martín – Mendoza), La Invernada (Alberdi – Tucumán) y Puerta de Marapa (Alberdi – Tucumán) para la próxima realización de actividades de concientización sobre la problemática del trabajo infantil con los trabajadores rurales asociados de la Unidad de Negocios Rural de Manpower.



#### Campañas contra el trabajo infantil

El 12 de junio se conmemora el Día Mundial contra el Trabajo Infantil. Este año, en el marco de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, la propuesta fue realizar una Campaña centrada en la educación como herramienta para la

lucha contra el trabajo infantil. Con este fin, –como miembros de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y de su Comité Directivo–, junto a la CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil), el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, OIT y UNICEF llevamos adelante una campaña de concientización entre nuestros empleados y nuestra cadena de valor (empresas proveedoras y clientes). Para ello, producimos un video sobre esta problemática en

nuestra Casa Central, y enviamos una comunicación interna a todos los empleados contando esta iniciativa, con información al respecto.

A su vez, entre el 23 de noviembre y el 7 de diciembre de 2008 participamos con las 60 empresas que conforman la Red, en una Campaña externa de difusión contra el trabajo infantil. El aporte de las empresas miembro consistió en la donación de pauta propia y compra de espacios publicitarios en distintos canales de comunicación de todo el país. Además, en Manpower realizamos un envío masivo por correo electrónico de las piezas digitales a nuestras bases de datos de asociados, candidatos, clientes y proveedores.

**180 horas**  
de voluntariado dedicadas al programa

**22**  
voluntarios de Casa Central y sucursales de Manpower intervinieron como capacitadores

Resultados “Huella Solidaria”	2007	2008
Duración del ciclo de formación sanitaria en las comunidades rurales	mayo-septiembre	abril-septiembre
Frecuencia de visita a comunidades para talleres	Quincenal	Semanal
Cantidad de comunidades visitadas	5	7
Cantidad de charlas educativas en salud	27	140
Cantidad de participantes de los talleres de formación sanitaria	60	88

#### Nuestros aliados

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

## // Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

*“Me llevo el compromiso por parte de los jóvenes, el querer escuchar y aprender lo que les ofrecemos, ya que la mayoría de ellos nunca emprendieron una búsqueda laboral formal.*

*Para aquellos que se están por sumar como voluntarios, mi consejo es conocer la importancia y auto-satisfacción de ayudar y hacer llegar nuestros conocimientos a personas con muy bajos recursos y con pocas posibilidades de acceso a una vida digna.”*

**Nicolás D’Onofrio**  
Analista - Administración de Personal Asociado Casa Central

*“Lo que destaco es el compromiso de los chicos que participaron del taller, ver el entusiasmo con el que trabajaban, conocer sus experiencias y saber lo que ellos han vivido. También es muy lindo el vínculo que se genera desde la sucursal con los jóvenes que participan del taller. Una vez que finaliza, los chicos siguen llamando para pedirnos consejos cuando están armando un nuevo CV o tienen que ir a una entrevista.*

*Hay que animarse a ser voluntario, porque desde el lugar de cada uno siempre hay algo que aportar, que para el otro va a ser muy valioso.”*

**Verónica Anselmi**  
Representante de Servicios - Río Cuarto



Voluntarios de Manpower en el cierre anual del programa “Huella Solidaria” en Santiago del Estero.

*“La alianza estratégica entre Manpower y la Fundación SES, que tiene ya varios años de desarrollo, ha permitido que cientos de jóvenes de diferentes localidades del país mejoren significativamente sus condiciones de empleabilidad, visualicen nuevas oportunidades de empleo y algunos de ellos estén hoy ejerciendo sus derechos como trabajadores en empleos dignos.*

*Esta posibilidad tiene su origen en el desarrollo de una cultura empresarial innovadora que promueve el diálogo y el trabajo conjunto entre empresarios, trabajadores de la misma empresa que son voluntarios calificados y formados en diferentes temáticas sociales, instituciones estatales y organizaciones sociales, en pos de construir incidencia y transformación social en aquellos temas en los que se juegan las profundas desigualdades de la sociedad en la que vivimos.”*

**Alejandra Solla**  
Directora  
Fundación SES

**20%**

De nuestro personal está involucrado como voluntario activo. De ese total, el 20% pertenece a los niveles gerenciales y mandos medios de la Compañía.

**149**

Voluntarios destinaron 2071 horas laborales en trabajo social como capacitadores en temáticas de formación laboral en 2008.

### ¿Qué hacemos?

- Nos capacitamos en temáticas relativas a voluntariado y trabajo social.
- Organizamos y/o dictamos talleres de formación para la empleabilidad y charlas sobre temáticas específicas a partir de nuestros conocimientos, compartiendo lo que sabemos hacer con otros.
- Damos soporte administrativo a la gestión de los programas en curso desde la estación de trabajo.
- Generamos vínculos para ampliar la red en cada zona, transfiriendo a las organizaciones sociales el conocimiento del mercado laboral, ayudando a identificar posibles contenidos de formación.
- Participamos en acciones desarrolladas a través de los programas corporativos de RSC.

### Actividades de formación y sensibilización de voluntarios “Entrelazados”

Durante 2008 nuestros voluntarios “Entrelazados” continuaron desempeñando un rol activo en los Programas de Responsabilidad Social Corporativa:

- 45 voluntarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Corrientes y Neuquén fueron capacitados en temáticas de juventud y empleo.
- 24 coordinadores de RSC participaron de las V Jornadas de Coordinadores de RSC realizadas en Buenos Aires. Durante dos días se trabajaron las distintas temáticas de la gestión de RSC, contando con disertaciones y espacios de trabajo con especialistas invitados como la Dra. Liliana Pantano (UCA), la Dra. Patricia Debeljuh (Más Valores), Fundación SES y CONAETI (Comisión Na-

- cional para la Erradicación del Trabajo Infantil).
- 80 voluntarios de todo el país participaron del lanzamiento de la Campaña Solidaria del Programa “Huella Solidaria”.
- 20 voluntarios viajaron a Santiago del Estero para entregar donaciones junto al personal de la sucursal local, y compartir dos días con nuestros asociados y sus familias en las comunidades rurales, en el marco del Programa “Huella Solidaria”.

El 5 de diciembre se festejó el Día del Voluntario en todas las oficinas del país. Los voluntarios compartieron el Anuario de Entrelazados y reflexionaron sobre los aportes realizados y los desafíos para el 2009.



### Objetivo

A través de nuestro programa de voluntariado corporativo, lanzado en noviembre de 2005, nuestros empleados se comprometen aportando tiempo, contactos y conocimientos para enriquecer y ampliar el impacto de nuestros programas de RSC.

## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés



Todos los años reconocemos la labor de nuestros voluntarios a través de comunicaciones internas, almuerzos, festejo del Día del Voluntario y regalos.

Comunicamos a toda la compañía las acciones realizadas por los volun-

tarios en informes trimestrales vía e-mail y en nuestra publicación anual impresa que refleja las experiencias vividas por los voluntarios de todo el país, reconociendo las historias más significativas. En 2008, cambiamos su formato y elaboramos nuestro anuario en formato de periódico.

Resultados "Entrelazados"	2007	2008	
Inversión total en horas de voluntariado (pesos)	n/d	51.683*	
Cantidad total de horas de voluntariado	n/d	2.071	
% empleados involucrados**	19,4%	20,4%	
Cantidad de empleados con rol activo	120	149	
	<i>Gerentes y Directores</i>	9	11
	<i>Mandos Medios</i>	18	25
	<i>Comerciales</i>	47	66
	<i>Especialistas</i>	17	27
	<i>Administrativos</i>	29	20
Cantidad de voluntarios capacitados	120	75	

\* 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.

\*\* En 2008 se reformuló el cálculo de % de empleados involucrados como voluntarios, tomando como base el personal promedio en vez de la cantidad de empleados al inicio de cada período. Los porcentajes de los años anteriores también fueron recalculados para poder efectuar la comparación. **n/d:** dato no disponible.

### Nuestros aliados

Organización social	Fundación SES
---------------------	---------------



Festejo del Día del Voluntario en sucursal Villa Martelli.

## 5.2. Clientes

CLIENTES EN INDICADORES	2006	2007	2008
Número de Clientes	2.030	2.279	2.359
Ventas (en millones de pesos)	431	584	810
Gastos Publicidad (en millones de pesos)	1,24	1,57	1,6
<b>Representación Geográfica</b>			
Número de Sucursales	68	74	84
Presencia en provincias argentinas	22	22	22
<b>Atención al cliente</b>			
Sucursales abiertas	13	6	10
Cantidad de Account Managers	9	10	14
<b>Satisfacción del cliente*</b>			
Cantidad de empresas encuestadas	n/d	402	602
Nivel general de satisfacción	7,6	7,7	7,6
Nivel de fidelidad favorable	n/d	n/d	94%
Nivel de recomendación favorable	n/d	n/d	94%

\* En base al Estudio de Satisfacción de clientes realizado por la consultora SEL. **n/d:** dato no disponible.

*"Haber tercerizado en Manpower la fuerza comercial resultó ser una experiencia innovadora en la forma de hacer negocios para el Banco. Este modelo comercial flexible, nos permite mantener los standards de productividad, evitando incurrir en costos fijos innecesarios y no desaprovechar oportunidades comerciales por no contar con la cantidad de recursos humanos necesarios."*

**Gerente de Canal Corporativo  
Banco Internacional**

**Manpower ocupa el 1º lugar en la categoría "Servicios Empresariales" del Ranking de la Revista Mercado.**

Por quinta vez consecutiva Manpower ocupa el 1º lugar en la categoría de "Servicios Empresariales" del Ranking de las "1.000 empresas que más venden" en la Argentina.

Dentro del Ranking general nuestra Compañía ocupa la posición número 191. Los resultados de la encuesta, realizada por la revista Mercado, fueron publicados durante junio de 2008 y muestran el desempeño de nuestra empresa durante el año 2007.

### Atención al cliente

Estamos cerca de nuestros clientes para responderles de la forma que ellos esperan. En 2008 abrimos 10 sucursales en diferentes provincias de la Argentina, alcanzando un total de 84. Esta amplia cobertura nos permite conocer la realidad local y ofrecer a nuestros clientes un servicio a nivel nacional.

Las sucursales abiertas fueron las siguientes:

- Banking, Industrial Oeste y Trade (CABA)
- Santa Rosa (La Pampa)
- Manpower Professional (Córdoba Capital)
- Mendoza Industrial
- Boulogne, Garín y Lanús (Prov. de Buenos Aires)
- Iguazú (Provincia de Misiones)

**Contamos con un área integrada por 14 Account Managers, empleados calificados en distintas industrias, que brindan atención especializada a los clientes de mayor facturación.** A través de un contacto permanente con el cliente y con nuestros representantes comerciales, los Account Managers se anticipan a las necesidades, brindan una solución rápida a problemas y acuerdos comerciales, y se aseguran que los plazos de facturación y cobranza sean debidamente cumplidos.

### Satisfacción del cliente

#### Estudio de satisfacción de clientes

Como todos los años, a través de SEL Consultores realizamos una encuesta de satisfacción del cliente para medir, a través de entrevistas semi-estructuradas con empresas, el servicio que brindamos.

La encuesta se realizó entre mayo y junio de 2008, con 602 entrevistas efectuadas, alcanzando el 80% del mercado de clientes que contratan nuestros servicios de personal temporario o eventual.

Los principales resultados de la Encuesta 2008 fueron los siguientes:

- El nivel general de satisfacción fue 7,6/10.
- Los atributos mejor evaluados fueron: seguridad jurídica, comunicación fluida, respaldo económico financiero, presencia nacional y respaldo internacional.
- Nivel de fidelidad favorable fue del 94%.
- Los motivos principales por los que eligen hoy a Manpower como proveedor son: la calidad del servicio, y el prestigio y trayectoria de la marca.
- Nivel de recomendación favorable fue del 94%.
- El 76% piensa que Manpower promueve la inclusión de distintos perfiles de RR.HH.
- Más del 95% de los encuestados cree que Manpower es una empresa respetuosa, accesible y un proveedor en el que pueden confiar.

#### Evaluación de la calidad del servicio (el cliente evalúa a Manpower)

Otra de nuestras herramientas para medir los servicios que prestamos es la evaluación de la calidad, en la cual nuestros clientes analizan el rendimiento de nuestros empleados y el desempeño general de la empresa.

Esta evaluación forma parte de un sistema interno de control de calidad de la empresa, coordinado por el área de Operaciones a nivel nacional. Se realiza mediante una entrevista personalizada

entre el cliente y el gerente de la oficina local. Los resultados de la encuesta son compartidos por los empleados locales y auditados por Casa Central.

En caso de ser necesario, empleados de Manpower visitan a nuestros clientes personalmente en sus empresas para mejorar conjuntamente la calidad del servicio.

### Afianzando el vínculo con nuestros clientes

Entre los principales canales de comunicación, destacamos los siguientes:



#### Trabajo Contemporáneo

A través de nuestra revista informamos sobre las novedades de la empresa a más de 2.500 clientes. En 2008 trabajamos en el diseño y contenidos de la revista, publicando notas más breves y concisas

que facilitan la lectura de nuestros clientes.

#### E-mail marketing

Comunicamos vía correo electrónico informes especiales y los invitamos a nuestros eventos. A lo largo de 2008 enviamos 65 comunicaciones a clientes.

#### Informes especiales

Desde nuestra casa matriz y en la Argentina realizamos informes sobre Recursos Humanos de interés para nuestros clientes. Estos informes son enviados por correo electrónico y se encuentran en nuestro sitio Web corporativo: [www.manpower.com.ar/](http://www.manpower.com.ar/)

[downloads.asp](#). Los informes realizados en 2008 fueron: "Actualización de Escasez de Talentos" e "Integración del Talento Latinoamericano".



#### Encuesta de Expectativas de Empleo

Realizamos trimestralmente un estudio que mide el crecimiento o decrecimiento de la fuerza laboral para el trimestre posterior entre 55.000 empresas en 32 países. Esta encuesta se realiza

hace más de 40 años y es considerada uno de los datos más confiables a nivel mundial sobre las tendencias del mercado laboral.

#### Encuentros con clientes

Habitualmente convocamos a nuestros clientes a desayunos de trabajo sobre distintas temáticas relacionadas al cambiante mundo laboral. En 2008 realizamos más de 65 desayunos en todo el país.

#### "Campaña para Clientes"

Desarrollamos una campaña especialmente orientada a clientes y postulantes, en diversos medios gráficos a nivel nacional para difundir el abanico de servicios y soluciones que ofrecemos en todo el país.



#### Sitio Web de Manpower Argentina

En 2008 renovamos la página web de Manpower Argentina, convirtiéndola en un sitio más dinámico y moderno. Contiene un apartado exclusivo para clientes con la información de su interés.



Nuestro equipo de Account Managers

### 5.3. Asociados

ASOCIADOS EN INDICADORES	2007	2008
Número de Asociados	70.137	67.002
<b>Centro de Capacitación y Desarrollo</b>		
Cantidad de cursos	3.092	3.093
Cantidad de claves de acceso para realizar los cursos	1.405	4.959
<b>Evaluación de Desempeño del Asociado</b>		
Evaluaciones de desempeño recibidas	2.369	4.077
Cantidad de asociados que tuvieron una calificación excelente	416	697
<b>Evaluación de la Satisfacción Laboral*</b>		
Nivel general de satisfacción	60,4%	61,5%
Asociados que recomendarían a Manpower	69,2%	69,4%
Asociados que continuarían trabajando en Manpower	64,9%	63,35
<b>Índice de Lealtad</b>		
	44,9%	49,85%
<b>Seguridad e Higiene</b>		
Visitas de relevamiento en empresas clientes	n/d	405
Cientes visitados	n/d	83
Visitas de capacitación	591	931
Asociados Capacitados	2.391	2.591

\* La metodología de cálculo del Índice de Lealtad pasó de considerarse la puntuación máxima (5) en 2007 a contemplarse la valoración 4 y 5 en 2008. Los resultados de 2007 fueron recalculados con esta nueva modalidad y por ello la cifra dista de lo publicado en el Reporte de RSC 2007. **n/d:** dato no disponible.

*“Estoy muy contento con su atención, su cálido trato, su amabilidad, su respuesta hacia mis inquietudes y toda su buena onda durante nuestra relación laboral. Superaron ampliamente mis expectativas como empresa. Su desempeño y predisposición fueron magníficos.”*

*Estoy muy agradecido también porque he logrado la muy ansiada efectivización con muchas expectativas, ganas de trabajar y de conocer la empresa en la que hoy me desempeño.”*

**José Luis Orellano - Asociado de Manpower en empresa cliente de telefonía**



Capacitación a empleados de Manpower acerca de la “Experiencia del Candidato”.

### Experiencia de la marca Manpower

En septiembre de 2008 se lanzó a nivel global la iniciativa Manpower Branch Experience (Experiencia de la Marca Manpower). Para su implementación, desarrollamos el proyecto “Experiencia del Candidato”, focalizado en cómo atraemos y retenemos a nuestros asociados.

El objetivo de esta actividad fue que los empleados de todo el país, que tienen contacto con nuestros asociados, adquieran herramientas para mejorar la comunicación con ellos. De esta manera, cuando los asociados visitan nuestras oficinas, nos cuentan sus inquietudes relacionadas al mundo laboral en un ambiente más cercano y empático, convirtiéndonos así en un consultor y asesor leal.

Durante 2008 capacitamos a 351 empleados de Manpower que representan el 90,2% de los empleados que tienen contacto con los asociados. Para ello, contamos con la participación de un equipo de facilitadores - personal de la empresa en el rol de capacitadores - quienes fueron designados y entrenados especialmente para transmitir los conceptos de esta iniciativa en todo el país.

### Centro de Capacitación y Desarrollo

La capacitación de nuestros asociados es fundamental ya que su desempeño marca la calidad de nuestro servicio. Por ello, contamos con el Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC), un programa integral de educación y capacitación permanente para nuestros asociados. A través del TDC brindamos más de 3.000 cursos y talleres on-line sobre temas específicos de los diferentes puestos de trabajo, permitiéndoles seguir desarrollándose en su carrera profesional.

Durante 2008 la cantidad de personas que solicitó clave para acceder a los cursos se incrementó en 253%, atribuyendo este importante crecimiento a las campañas de comunicación sobre el Centro realizadas para los asociados.

### Sistema integral de evaluación

En Manpower, desarrollamos un sistema integral de evaluación en el cual el asociado es evaluado por nuestro cliente, nosotros somos evaluados por los asociados, y el cliente evalúa a Manpower<sup>4</sup>.

Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC)	2007	2008
Cantidad de horas que ofrece	6.000	6.000*
Cantidad de cursos	3.092	3.093
Cantidad de claves de acceso para realizar los cursos	1.405	4.959

\*Valor estimado para 2008.

<sup>4</sup>Para ver el sistema de evaluación en el cual el cliente evalúa a Manpower ver página 52.

### Premio Manpower a la Excelencia

Entregamos este reconocimiento a aquellos asociados que hayan sido calificados de manera excelente por nuestros clientes a través de la Evaluación de Desempeño. Son requisitos para su obtención un mínimo de 400 horas trabajadas y una evaluación de desempeño de 41 a 50 puntos (máximo 50).



## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés

De esta forma, mantenemos y promovemos la excelencia en la calidad del servicio, el rendimiento de nuestros asociados y la satisfacción de nuestros clientes.

### Evaluación del desempeño del asociado (el cliente evalúa al asociado)

Esta evaluación nos permite medir el nivel de conocimiento, experiencia y habilidades del asociado en función a las necesidades del cliente. Los resultados de las evaluaciones son comunicados a cada asociado en forma personal para guiarlos en el buen desempeño de sus tareas.

### Encuesta nacional de satisfacción laboral (asociado evalúa a Manpower)

En esta encuesta los asociados evalúan nuestros servicios en relación a nuestra gestión. Entre los principales factores considerados se incluyen:

- El interés del asociado en mantener una relación a largo plazo con Manpower.
- La calidad de nuestros procesos administrativos.
- Nuestra actitud como empleador.
- Nuestra capacidad para otorgar tareas acordes a sus aptitudes y expectativas.
- Nuestra rapidez y calidad de respuesta.

Todos los factores mejoraron en 2008 con respecto al año anterior. El índice de lealtad creció 6% interanual.

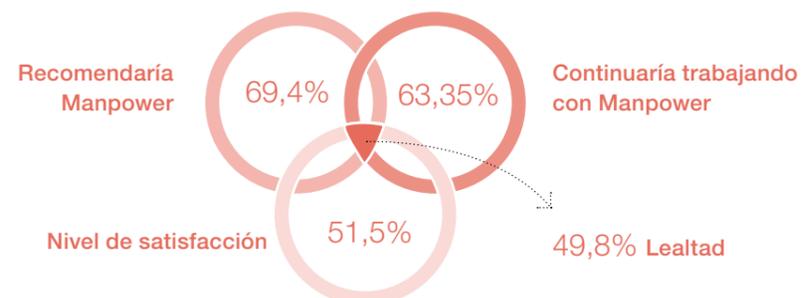


Los resultados fueron publicados en afiches en las sucursales para una mayor llegada a nuestros empleados y asociados, y para incentivar la participación en la encuesta.

SISTEMA INTEGRAL DE EVALUACIÓN	2007	2008
<b>Evaluación de Desempeño del Asociado</b>		
Evaluaciones de desempeño enviadas	6.027	14.738
Evaluaciones de desempeño recibidas	2.369	4.077
Cantidad de asociados que recibieron un reconocimiento al buen desempeño*	416	697
<b>Evaluación de la Satisfacción Laboral</b>		
Cantidad de asociados a los cuales se envió la evaluación	5.797	14.361**

\* Premio Manpower a la Excelencia para asociados con calificación excelente.  
\*\* En 2008 se comenzó a administrar semestralmente.

### Índice de lealtad\*



\* La metodología de cálculo del Índice de Lealtad pasó de considerar sólo a 5 como la puntuación máxima en 2007 a contemplar la valoración 4 y 5 en 2008. Los resultados de 2007 fueron recalculados con esta nueva modalidad y por ello la cifra difiere de lo publicado en el Reporte de RSC 2007.

## Seguridad para nuestros asociados

Promovemos acciones tendientes a incrementar la prevención de accidentes en el ámbito laboral y establecer las bases estadísticas sobre las cuales optimizar nuestras medidas de seguridad.

En base a ello, intensificamos las visitas a nuestros clientes identificados con mayor nivel de riesgo e índice de siniestralidad. Durante 2008 realizamos visitas de relevamiento, donde nuestro equipo de seguridad e higiene evalúa y recolecta información sobre las condiciones del puesto, el lugar de trabajo de nuestros asociados y generalidades de la empresa; y visitas de capacitación en las cuales brindamos una capacitación básica en seguridad e higiene para todos nuestros asociados, con el fin de formar al personal sobre los riesgos específicos de sus tareas.

En las capacitaciones incluimos temas como los potenciales peligros a los que se exponen los asociados en distintos ámbitos laborales, brindando los elementos necesarios para asegurar su protección según la actividad y puesto, y el cumplimiento de la normativa legal vigente.

En 2008 realizamos 405 visitas de relevamiento en 83 clientes y 526 visitas de capacitación para 2.591 personas. Teniendo en cuenta que en todas las visitas ofrecemos algún tipo de formación en seguridad e higiene, durante 2008 registramos un crecimiento de 58% en la cantidad de cursos brindados, pasando de un total de 591 en 2007 a 931 en el último año.

Este año, finalizamos con el armado de los manuales de Seguridad & Higiene por unidad de negocio con el fin de optimizar la inducción de seguridad de nuestros asociados. Estos manuales fueron diseñados por especialistas para cada Unidad de Negocio, teniendo en cuenta los riesgos particulares de cada lugar. De esta manera, constituyen una herramienta clave en las capacitaciones a los asociados ya que permiten una rápida interpretación y asimilación de los conocimientos.

## Mejorando la salud y la seguridad de nuestros trabajadores rurales

Durante la campaña Rural 2008/2009 en los horarios de esparcimiento, desarrollamos en diversos campamentos de nuestros clientes, charlas educativas en salud abordando temáticas relacionadas a actividades propias de los puestos de trabajo de las zonas involucradas: insolaciones, deshidrataciones, picaduras de insectos, conservación y elaboración segura de alimentos y primeros auxilios.

En el año organizamos un total de 56 charlas para 1.680 participantes de Santiago del Estero y Catamarca.

## Nueva Área de Seguridad e Higiene en Manpower Argentina

En 2008 creamos el Área de Seguridad & Higiene (S&H) con el objetivo de:

- Cuidar la seguridad de nuestros asociados.
- Reducir el índice de siniestralidad en las empresas cliente.
- Prevenir accidentes para crear un ambiente de trabajo seguro.
- Establecer bases estadísticas para medir nuestro desempeño y optimizar el trabajo.
- Trabajar para ser reconocidos por nuestros clientes y asociados como expertos en la materia.

### Centro de Actividades Integrales en la Región Cuyo

A fines de 2008 inauguramos - con la participación de las sucursales de Luján de Cuyo, Valle Central, Mendoza, Tunuyán y Maipú de Mendoza- un centro regional para asociados y candidatos en Lujan de Cuyo, Mendoza.

El objetivo de este espacio es disponer de un centro de recepción, alojamiento y actividades permanente que cumpla las funciones de referente regional para asociados y candidatos, que agregue valor al servicio al cliente y permita realizar actividades inter e intra empresa.

Dentro de las principales actividades del Centro destacamos:

- Alojamiento y atención a los asociados.
- Capacitaciones en el marco de formación laboral y personal.
- Inducciones en seguridad e higiene.
- Actividades de logística y reclutamiento para las zonas de influencia.
- Actividades de cuidado y contención familiar como empleador responsable: guarderías de temporada, centro de esparcimiento infantil, etc.
- Depósito de herramientas u otros elementos de trabajo.
- Encuentros locales o regionales de la compañía.

### Afianzando el vínculo con nuestros asociados

Mantener a nuestros asociados informados y actualizados permanentemente es clave en nuestra actividad. En 2008 buscamos actualizar y mejorar los canales de comunicación con nuestros asociados:

#### E-mail marketing

A través de correos electrónicos a asociados brindamos información sobre el negocio y la situación del mercado laboral. Durante 2008 enviamos 35 comunicados con información especializada.

#### Sitio Web especial para asociados

En 2008 lanzamos un nuevo portal para asociados con beneficios exclusivos, información y noticias de interés; y un espacio para hacer trámites on-line de AFIP, ANSES y poder disponer de formularios internos de la empresa o ver cuáles fueron los haberes depositados en la trayectoria laboral, desde cualquier punto del país. La página Web cuenta con una sección donde nuestros asociados pueden dejar sus inquietudes y sugerencias, lo que nos posibilita tener un canal de diálogo permanente con ellos. Además, les permite a los asociados armar su plan de carrera y saber cuáles son las tendencias mundiales relacionadas al mundo del trabajo.

#### Campaña publicitaria

Con un mensaje directo y simple, comunicamos masivamente los servicios que ofrecemos en Manpower en diversos medios gráficos de todo el país.

## 5.4. Empleados

*“Comencé mi relación con Manpower, como asociado, a fines de 2001 y en enero de 2004 me incorporé al staff fijo de la sucursal luego de completar satisfactoriamente el proceso de evaluación e ingreso.*

*Finalmente en Mayo de 2006 se concretó el proyecto de abrir una nueva sucursal en la localidad de Quilmes, en la cual me desempeño hasta el día de la fecha como Supervisor.*

*Hoy después de 8 años todavía me sigo sorprendiendo de los cambios y el progreso que logré dentro de la empresa. Vivo mi trabajo como una experiencia muy gratificadora sabiendo que cada día aprenderé algo nuevo y también que compartiré mis experiencias con mis compañeros.”*

**Cristian Agüero**  
Supervisor de Sucursal Quilmes  
Manpower

*“El 20 de septiembre del año 2004 comencé a trabajar en Manpower con una expectativa enorme.*

*Desde que ingresé a la compañía mi vida cambió radicalmente...Inicié un proceso de aprendizaje que, por suerte, no se acaba nunca. Ingresé como supervisora teniendo a cargo dos personas; hoy soy gerente de Salta y Jujuy, y hemos conformado un gran equipo de quince excelentes personas.*

*También sigo siendo, mamá, pareja, amiga, hermana e hija, con todo lo que ello significa. Muchas veces se vuelve difícil, pero todo tiene su recompensa: la sonrisa de mis hijos, alegrías compartidas y anécdotas con los equipos de Salta y Jujuy, clientes nuevos, candidatos conformes, asociados involucrados con Manpower...y al final de cada jornada te sentirás afortunada! “*

**Andrea Marton**  
Gerente de Sucursales Salta y Jujuy  
Manpower



Charlas educativas en salud para asociados de Manpower en los campamentos de empresas cliente.

### Visión, Misión y Valores en la gestión de los Recursos Humanos

**Visión:** ser el mejor equipo de personas que logre liderar clientes internos y externos motivados, negocios productivos y procesos eficaces.

**Misión:** acompañar eficazmente los lineamientos de la compañía, aportando el máximo desarrollo a su capital humano. Incrementar la contribución de las personas al crecimiento de toda la organización, como así también la realización personal de cada una de ellas.

#### Valores

- Integridad: honestidad, autenticidad, transparencia, respeto y coherencia.
- Ejemplaridad: dar el ejemplo.
- Servicio: apertura y entrega hacia la gente, cooperación, compromiso, solidaridad.

## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés

EMPLEADOS EN INDICADORES	2006	2007	2008
Cantidad Total	555	681	743
Por categoría:			
Nivel Gerencial	37	48	58
Mandos Medios	87	123	135
Comerciales	243	144	161
Administrativos	188	366	389
Por Edad:			
Hasta 30 años	312	383	369
De 30 a 50 años	223	270	339
Más de 50 años	20	28	35
Por Género:			
Total Hombres	239	297	337
Total Mujeres	316	384	406
Nivel Gerencial: Hombres	22	31	39
Nivel Gerencial: Mujeres	13	17	19
Mandos Medios: Hombres	51	63	69
Mandos Medios: Mujeres	38	60	66
Comerciales: Hombres	67	55	60
Comerciales: Mujeres	176	89	101
Administrativos: Hombres	99	148	162
Administrativos: Mujeres	89	218	227
Otros Indicadores:			
Sueldos (en pesos)	17.195.181	26.901.169	35.759.790
Cargas Sociales (en pesos)	6.584.519	10.321.981	17.879.895
Total horas de capacitación	17.825,8	18.060	21.022
Tasa de Rotación	16,8%	13,6%	14,2%
Empleados representados por convenios colectivos de trabajo	501	418	304

## Capacitación

### Proceso de inducción a Manpower Argentina

A través del módulo de inducción, todos los empleados que ingresan a la compañía reciben información acerca de: la forma en que nos comunicamos, las herramientas orientadas al desarrollo y a la integración de nuestros empleados, los aspectos legales del negocio, la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en Manpower, nuestra política comercial, y los métodos y procedimientos que todo empleado debe cumplir. Además, cada nuevo empleado recibe un Manual Instructivo de Seguridad y Salud, y debe cumplir una evaluación sobre el tema.

### Programa de entrenamiento en "Sucursal Escuela"

Continuamos con el Programa de Entrenamiento en "Sucursal Escuela" para facilitar, agilizar y potenciar el proceso de inducción a la compañía en el interior del país. Por medio de este Programa, todo personal que ingresa es capacitado en su puesto por un empleado de la compañía que cumple su misma función.

### Capacitación permanente a nuestros empleados

El plan de capacitación de la empresa se elabora dependiendo del puesto y área donde se desempeña el empleado, y se realiza en todo el país con personal propio o consultores externos cuando un tema lo requiere.

En general, los temas de capacitación están orientados a temas comerciales, operativos, legales, de

Responsabilidad Social Corporativa y Recursos Humanos. Las modalidades más utilizadas son actividades presenciales, conferencias telefónicas y nuestros programas de educación a distancia.

### Inauguración del centro de entrenamiento Manpower (CEM)

En agosto de 2008 inauguramos el Centro de Entrenamiento Manpower (CEM) en la ciudad de Buenos Aires, destinado a la realización de capacitaciones, reuniones y desayunos para nuestros empleados. Este espacio cuenta con cuatro salas totalmente equipadas que pueden unirse y utilizarse como auditorio con capacidad para 60 personas.

### Lanzamiento de la plataforma E-learning

En 2008 lanzamos la Plataforma E-learning como herramienta de capacitación y comunicación interna.

Antes del lanzamiento realizamos una reunión con Gerentes de Casa Central, presentando el proyecto e invitándolos a participar. En una segunda instancia convocamos a una capacitación presencial a los instructores internos que fueron designados por cada uno de los departamentos de la organización.

Durante 2008 implementamos 6 comunicaciones clave y 19 capacitaciones. Su carácter innovador fue reconocido en el Congreso Internacional de E-learning realizado en Barcelona, presentado por el proveedor HVirtual.

Los principales beneficios obtenidos con este lanzamiento fueron:

### Manpower & Nuestros Hijos 2008

Este año organizamos, una vez más, el programa Manpower & Nuestros Hijos para que los hijos de nuestros empleados (entre 3 y 10 años) conozcan el lugar de trabajo de sus padres y pasen un día en la empresa realizando diversas actividades recreativas durante las vacaciones de invierno.

Más de 100 chicos visitaron nuestra Casa Central y las distintas sucursales de todo el país.



Manpower & Nuestros Hijos en las sucursales de Ushuaia (izq.) y Lomas de Zamora (der.)

## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés

- La generación de contenidos on-line por los mismos instructores internos.
- La realización de seguimiento de capacitaciones y evaluación de los contenidos.
- La actualización on-line de la información de la Compañía.
- La complementación de las modalidades presencial y conferencias telefónicas.
- La facilitación del contacto de los participantes con el instructor a través de foros y tutorías.

CAPACITACION	2006	2007	2008
Horas de capacitación	17.825,8	18.060	21.022
<i>En Casa Central</i>	14%	15,32%	18%
<i>En Sucursales</i>	86%	84,6%	82%
<i>Presencial</i>	93%	91,54%	84%
<i>En Conferencias</i>	7%	7,4%	7%
<i>E-Learning</i>	n/a	n/a	9%
Nivel Gerencial*	1.092	918	1.182,2
Mandos Medios*	3.764	2.546	3.914,25
Comercial*	1.535	3.712	1.883,2
Atención al Cliente*	7.008,4	7.328	8.532,7
Administrativo*	4.426,4	3.556	3.725,75
<b>CAPACITADOS</b>	<b>623</b>	<b>795</b>	<b>830</b>
Nivel Gerencial	38	46	53
Mandos Medios	94	103	165
Comercial	45	108	64
Atención al Cliente	215	302	377
Administrativo	231	236	171
Horas de capacitación en RSC	n/d	1.575	1.040

\* No contempla horas de E- Learning. **n/a:** no aplica. **n/d:** dato no disponible.



Encuentro Anual de la Dirección Regional Norte

## Programas orientados al desarrollo

### Alineación del desempeño con las estrategias del negocio

En 2008 rediseñamos el proceso de “**Gestión del Desempeño**” (GDD), orientado hacia dos aspectos:

- Asignar y desarrollar nuestro capital humano en base a las estrategias del negocio
- Alinear el bonus al desempeño individual

A partir de la redefinición de este proceso, desarrollamos un Modelo de Competencias por puesto y por áreas, para todos los empleados de Manpower Argentina. El objetivo fue fundar las bases para dar una respuesta integrada a distintas necesidades en materia de procesos de Empleos, Capacitación y Desarrollo.

Las Competencias requeridas por el negocio, en función a nuestra Visión, Cultura, Valores y Atributos, fueron integradas y distribuidas en las distintas posiciones y funciones, junto con el nivel de dominio deseado a través de este Modelo. Es un patrón común para los diferentes procesos de RR.HH.

A su vez, en el marco de la GDD, implementamos un proceso integral de cascadeo en el cual los jefes asumieron un fuerte rol de comunicación frente a sus colaboradores. Para esto elaboramos la estrategia de comunicación para dar apoyo a los líderes en el cascadeo a sus equipos y en la realización del resumen de lo vivido durante 2008.

### Programa de desarrollo de supervisores, jefes y responsables, y programa de desarrollo gerencial

El objetivo de estos programas es capacitar a futuros líderes en funciones de conducción de acuerdo al Modelo de Liderazgo definido por Manpower Inc. En 2008 se incluyeron nuevas temáticas en el proceso de capacitación y una etapa de evaluación de conocimientos y resolución de casos prácticos. Durante el año, más de 17 empleados finalizaron ambos Programas y otros 45 empleados asistieron a reuniones de coaching a cargo de una consultora externa.

### Encuesta de Clima Laboral

Durante 2008 realizamos una vez más la Encuesta de Clima Laboral, donde participan todos los empleados de Manpower a nivel global, y que tiene como objetivo medir el progreso de toda nuestra organización, al tiempo que nos brinda la oportunidad de mejorar nuestra compañía de manera continua.

En Manpower Argentina logramos una participación elevada en la encuesta, alcanzando el 91% del personal. El Director General fue el encargado de la comunicación de los resultados de la encuesta, y los Directores y Gerentes de cada área o región se reunieron con sus equipos para transmitir los datos locales.

### Resultados encuesta de clima

2008 Top 5 ítems de Acción	R. Fav* %	2008 Últimos 5 ítems de Acción	R. Fav* %
Estoy comprometido a hacer lo que fuere necesario para desempeñarme bien en mi trabajo.	97	Mi compensación es similar a la de un puesto de las mismas características en otras empresas.	26
Los lineamientos de Manpower sobre prácticas éticas (Cumpliendo con el Estándar) me han sido transmitidos claramente.	94	He recibido una compensación justa (salario, beneficios, incentivos, etc.) por mi desempeño del año pasado.	35
Hablo muy bien de la marca y de los servicios de mi organización.	93	Creamos e implementamos planes de acción para la Encuesta Anual de Clima de Manpower	47
Estoy comprometido a hacer lo que fuere necesario para contribuir al éxito de la empresa.	92	En mi empresa, cuando alguien dice que hará algo, cumple su palabra.	48
Los productos y servicios de la organización responden a las necesidades de una amplia variedad de clientes.	90	El equipo directivo se asegura de atraer y retener gente excelente.	52

\* Respuestas favorables.

### Rotación del personal

Rotación de personal	2007	2008
Desvinculaciones	22	33
Desvinculaciones acordadas	1	3
Renuncias	53	60
Renuncias acordadas	6	6
Otras bajas	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>104</b>
<b>Tasa sobre personal promedio</b>	<b>13,6%</b>	<b>14,24%</b>

El número total de bajas durante 2008 fue de 104 personas, representando una tasa en relación a la cantidad de personal promedio en el año de 14,24%. La modalidad más frecuente de las bajas fueron las desvinculaciones, registrando el mayor incremento respecto al año anterior.

Existe una relación inversa entre el número de bajas y la antigüedad del personal: en 2008 el 61,5% de las bajas se produjo durante los primeros dos años de relación laboral; el 28,8% se produjo entre los 2 y los 5 años; entre los 5 y los 10 años de antigüedad se registró un 6,7% de bajas; identificándose el menor porcentaje (2,9%) al sobrepasar los 10 años en la empresa.

### Comunicación interna

Estas herramientas de comunicación interna nos permiten un diálogo permanente con nuestros empleados en todo el país.

#### “Manpower al día”

Con 429 comunicaciones vía e-mail en el año, “Manpower al día” se consolidó como el canal para transmitir información interna relevante que necesita ser difundida en un momento determinado y no implica un gran desarrollo, como por ejemplo, la apertura de sucursales, eventos, alianzas realizadas y actividades cotidianas.



#### “Tribuna Manpower”

Revista interna editada por Manpower con información variada sobre actividades protagonizadas por los empleados, redactada por sus compañeros “corresponsales”. En sus tres ediciones de 2008, “Tribuna Manpower” permitió a nuestro personal conocer distintos aspectos del negocio y descubrir otras facetas de los empleados de la compañía. Durante al año llevamos adelante un fuerte trabajo para afianzar los vínculos entre el

equipo editorial y los corresponsales. En este sentido, realizamos una encuesta para conocer la opinión de los corresponsales sobre la publicación y su rol en la revista. Estas acciones permitieron incrementar de 27 a 46 el número de corresponsales.

#### Intranet

En 2008 lanzamos la Intranet, la cual se convirtió en un centro clave de información y servicios para todos nuestros empleados. Para llevar adelante este proyecto creamos un grupo interdisciplinario liderado por el área de Publicidad integrado por representantes de las áreas de Operaciones, Comunicaciones Internas, Sucursales, Sistemas, y Responsabilidad Social y Asuntos Públicos. Como parte de este lanzamiento y para lograr una mayor agilidad en la actualización de la información, capacitamos a 105 Usuarios Administradores de todo el país.

Esta herramienta cuenta con una serie de aplicaciones de gran utilidad: Directorio Telefónico, reserva de salas de reuniones, publicación de avisos clasificados de artículos/ servicios para la compra-venta, y agenda de eventos y cumpleaños.

#### Comunicaciones clave a través del E-learning

La Plataforma E-learning se convirtió en 2008 en una herramienta clave de comunicación interna para formar a los empleados acerca de procedimientos, políticas e iniciativas importantes para la compañía.

#### Boletín “Gestión del Desempeño”

El Boletín GDD (Gestión del Desempeño) –con 5 emisiones en todo el año– tuvo como objetivo

acompañar el proceso de implementación, manteniendo informado a todo el personal sobre el estado del programa.

### Salud y seguridad para nuestros empleados

Seguimos gestionando los riesgos en materia de salud y seguridad de nuestros empleados desarrollando actividades junto a nuestro proveedor National Safety, empresa especialista en la temática, quien nos brinda asistencia técnica y legal<sup>4</sup>, capacitaciones específicas y las herramientas necesarias para garantizar un ambiente seguro de trabajo.

En 2008 realizamos 28 cursos referidos a la prevención de accidentes y siniestros, y a cómo actuar ante la materialización de los mismos. Dos de ellos fueron dirigidos a los líderes de piso en Casa Central, y las restantes 26 capacitaciones se desarrollaron sobre prevención de riesgos de oficina, incendios y evacuación en 19 sucursales de todo el país. Como complemento de las capacitaciones en Casa Central organizamos dos simulacros de incendio en los cuales estuvieron involucrados todos los empleados de la empresa.

En cuanto a las condiciones edilicias de nuestras oficinas, realizamos en Casa Central evaluaciones de condiciones medio-ambientales en cada lugar de trabajo, analizando la potabilidad del agua y la intensidad de la iluminación, y en algunas de las sucursales realizamos inspecciones de las instalaciones, luminarias, matafuegos, carteles de salida e instalaciones eléctricas.

<sup>4</sup>Representación técnica ante la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT) y la Aseguradora de Riesgos del Trabajo (ART).



Capacitación a voluntarios del programa “Entrelazados” sobre Juventud y Empleo.

## 5.5. Proveedores

PROVEEDORES EN INDICADORES	2007	2008
<b>Cantidad</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>2.653</b>	<b>2.708</b>
COTEC SUD S.A.S.E	1.554	1.490
BENEFITS S.A.	407	423
RURALPOWER S.A	627	683
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A	65	50
SALESPower S.A.*	n/a	62
<b>Pago a Proveedores (en pesos)</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>86.588.642,01</b>	<b>90.821.349,53</b>
COTEC SUD S.A.S.E	51.746.373,54	48.510.609,17
BENEFITS S.A.	12.854.760,66	9.162.967,46
RURALPOWER S.A	21.255.479,10	32.337.934,13
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A	732.028,71	402.323,49
SALESPower S.A.*	n/a	407.515,28
<b>Código de Conducta</b>		
% de los nuevos proveedores gestionados por el área de compras que firmaron la Carta de Adhesión	n/a	89%
Cantidad de proveedores que firmaron la Carta de Adhesión	n/a	80
<b>Visitas a proveedores</b>		
Cantidad de visitas a empresas proveedoras	35**	40
Provincias visitadas	7	8

\* Salespower S.A. fue creada en 2007 y comenzó a operar en 2008.  
 \*\* Valor estimado. **n/a**: no aplica.

*“Agradezco la invitación al diálogo con proveedores de Manpower realizado el 19 de junio de 2008. Ciertamente contribuyó a mejorar e incrementar nuestra relación y comunicación. Muy apreciado, por mi parte, fue el hecho de concederme la oportunidad de dar mi modesta opinión. Además el trato cordial y amistoso recibido.”*

**Manuel R. Ford**  
**Proveedurías FORD**  
**Proveedor de la Unidad de Negocio Rural**

### El primer año de la Jefatura de Compras

A un año de crearse la Jefatura de Compras en mayo de 2007, durante 2008 los proveedores notaron un incremento en la fluidez de la comunicación con la empresa ya que esta nueva área abrió un canal de comunicación específico para centralizar la relación comercial con ellos.

Durante 2008 los proveedores pudieron identificar un nuevo interlocutor para todo tipo de temas y problemáticas relativas a la revisión y negociación de acuerdos, y utilizaron el acercamiento con estos empleados de la empresa para canalizar y monitorear oportunidades de mejora con otras áreas.

En 2008, 94 proveedores fueron incorporados a la gestión del área, alcanzando un total de 219 proveedores. Algunos de los rubros fueron: rubro textil-uniformes, alquiler de vehículos, servicios de limpieza, servicio de expendedores de agua y café, servicio de remises y servicio de mensajería.

### Evaluación de proveedores

En Manpower Argentina evaluamos a nuestros proveedores en cuanto a requisitos en recursos humanos, higiene y seguridad, como así también en aspectos de tecnología y calidad de sus productos y servicios. Como parte de este proceso de evaluación, en 2008 definimos indicadores para cada rubro, que sirven para el monitoreo de nuestros proveedores.

Realizamos visitas a las empresas proveedoras para la verificación de referencias y chequeo de documentación, entre otras actividades. En 2008 visitamos a 40 proveedores en 8 provincias: Tucumán, Salta, Catamarca, Santiago del Estero, Córdoba, Santa Fé, Entre Ríos, San Luis y Gran Buenos Aires.

Dentro del rubro Tecnología, se seleccionó un proveedor para la recarga de tonners que cuente con las habilitaciones ambientales necesarias para su gestión. De esta forma, realizamos un proceso interno en la empresa para canalizar la operación con este único proveedor a nivel nacional, logrando garantizar el manejo responsable de estos insumos.

### Diálogo con proveedores

En 2008, comenzamos a trabajar aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con nuestra cadena de valor mediante la realización de dos Jornadas de Diálogo con proveedores clave de la empresa.



Jornada de Diálogo con proveedores realizada el 28 de octubre de 2008.

## 5. Consolidando vínculos con los grupos de interés

La primera Jornada de Diálogo se realizó el 19 de junio de 2008 en la que participaron 13 proveedores y el segundo encuentro, con 11 proveedores, fue el 28 de octubre. El objetivo de los Diálogos fue conocer sus opiniones y expectativas sobre nuestro Reporte de RSC, y sobre la relación entre los proveedores y Manpower Argentina.

La metodología implementada para dichos encuentros fue la de grupo de enfoque, la cual

permite dialogar con un número reducido de participantes sobre una temática específica en profundidad. Este encuentro fue desarrollado como una conversación informal y desestructurada entre todos los participantes. Las opiniones fueron registradas para su análisis posterior.

A continuación detallamos las expectativas que surgieron en los dos Diálogos con la respuesta elaborada por la empresa y su fecha de cumplimiento.

EXPECTATIVA	RESPUESTA	FECHA CUMPLIMIENTO
<b>Expectativa 1</b>		
Anticipar información sobre las expectativas de desarrollo de Manpower para que los proveedores gestionados por el Área de Compras puedan planificar la demanda de desarrollo de negocio con Manpower Argentina.	En Manpower Argentina iniciamos durante 2008 un trabajo de incorporación de nuevos rubros dentro de la gestión del área de Compras, lo que implica también relacionamiento con los proveedores correspondientes, con el objetivo de armar un circuito con mayor información y así obtener una estadística tal, que nos permita planificar la demanda de nuestro negocio y así, poder trasladar esta información a nuestros proveedores.  En 2008 se logró la incorporación de 94 proveedores al circuito de gestión. Con la información relevada en cada rubro incorporado, se logró hacer una mejor planificación.  Algunos de los rubros incorporados fueron: rubro textil-uniformes, alquiler de vehículos, servicios de limpieza, servicio de expendedores de agua y café, servicio de remises y servicio de mensajería.	Año 2008, en desarrollo. Se planifica continuar este trabajo en 2009 con la incorporación de 6 nuevos rubros.
<b>Expectativa 2</b>		
Vincular e integrar a los proveedores gestionados por el Área de Compras en los Programas de RSC de Manpower Argentina.	Hemos planificado para el año 2009, el envío de información a nuestros proveedores, relativa a nuestros Programas de RSC con una carta de invitación y datos de contacto, para que puedan tener la posibilidad de involucrarse en alguna de las actividades que realizamos en nuestra gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.	Año 2009.
<b>Expectativa 3</b>		
Realizar visitas a las empresas proveedoras gestionadas por el Área de Compras para que Manpower las conozca mejor.	En el año 2008 desde el Área de Compras de Manpower Argentina se continuaron con los viajes, visitando 8 provincias (Tucumán, Salta, Catamarca, Santiago del Estero, Córdoba, Santa Fé, Entre Ríos, San Luis, y Buenos Aires) y más de 40 proveedores.  Hemos planificado para el año 2009 abordar nuevas visitas a proveedores, ampliando el alcance a la provincia de Mendoza.	Iniciado en 2008. Continuará en 2009 incluyendo la Provincia de Mendoza.
<b>Expectativa 4</b>		
Continuar realizando espacios de diálogo e intercambio con los proveedores gestionados por el Área de Compras.	En el año 2008 realizamos en Manpower Argentina 2 encuentros de consulta con nuestros proveedores para conocer sus opiniones sobre nuestro Reporte de RSC y sobre la relación que nos vincula. Como resultado se relevaron estas 8 expectativas que estamos presentando con nuestras respuestas.  Planificamos para el año 2009 realizar 2 nuevas jornadas de diálogo con un nuevo grupo de proveedores de la Ciudad de Buenos Aires y de la Provincia de Buenos Aires.	Segundo semestre de 2009.

EXPECTATIVA	RESPUESTA	FECHA CUMPLIMIENTO
<b>Expectativa 5</b>		
Recibir más información acerca de las políticas y acciones de RSC que realiza Manpower para que las empresas proveedoras gestionadas por el Área de Compras puedan tomarlas como buenas prácticas de RSC e implementarlas internamente.	Hemos planificado para el año 2009 el envío de información periódica a través de nuestro correo electrónico, sobre prácticas de RSC que realizamos en Manpower Argentina, a todos los proveedores de nuestra base de datos.	Último trimestre 2009.
<b>Expectativa 6</b>		
Ampliar el alcance de la formalización de la gestión con proveedores a través del Área de Compras.	En 2007 desarrollamos 2 documentos para formalizar el procedimiento de selección de proveedores: la solicitud de cotización y la nota de pedido.  Durante el año 2008 trabajamos para ampliar la base de datos de nuestros proveedores, desarrollando e incorporando a nuestra gestión a 94 proveedores.  En el año 2009 continuaremos con la ampliación de la base de datos y la incorporación de nuevos rubros al sistema de gestión con proveedores.  Para el año 2010 hemos planificado el inicio de un proceso de evaluación de proveedores, que iremos desarrollando progresivamente para incorporar nuevos rubros en la evaluación.	Ampliación de la base de datos de proveedores: año 2009.  Proceso de evaluación de proveedores: inicio año 2010.
<b>Expectativa 7</b>		
Implementar la adhesión al Código de Conducta como norma para poder formar parte del grupo de proveedores de Manpower Argentina.	El 80% de los proveedores de Manpower Argentina, con los que hubo algún desarrollo de negocios en 2008 desde el Área de Compras, adhirió al Código de Conducta de la empresa, con su correspondiente "Carta de Aceptación".  Para el año 2009 planificamos ampliar el porcentaje de adhesión al Código de Conducta de nuestros proveedores.	Año 2008: 80% de proveedores* adheridos al Código de Conducta de Manpower Argentina.  Año 2009: Ampliar el porcentaje de proveedores adheridos al Código de Conducta de Manpower Argentina.
<b>Expectativa 8</b>		
Extender a los proveedores gestionados por el Área de Compras el envío de información sobre el mercado laboral que se realiza para clientes.	Hemos planificado para el año 2009 el envío de información periódica a través de nuestro correo electrónico, relativa a investigaciones y publicaciones sobre el mercado laboral que realizamos en Manpower Argentina, a todos los proveedores de nuestra base de datos.	Último trimestre 2009.

\* Proveedores con los que hubo algún desarrollo de negocios en 2008 desde el Área de Compras.

## 5.6. Gobierno

*“La contribución de la empresa al gobierno es invaluable. En 2007 comenzamos con este programa de Responsabilidad Social Empresarial donde Manpower fue uno de los primeros en sumarse.*

*Creo que Manpower aporta muchísimo desde todo lo que tiene que ver con su conocimiento con las cuestiones de empleo, siendo uno de los ejes de trabajo necesario para salir adelante como país y como ciudad. Es un eje importantísimo tanto en lo que tiene que ver con la definición de los espacios donde se capacita a la gente como la ayuda en la inserción laboral de quienes necesitan empleo.”*

**Carolina Stanley - Directora General de Fortalecimiento de la Sociedad Civil. Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

### Articulaciones público-privadas para contribuir con la gestión de políticas públicas

Asumimos un rol activo en la Red de empresas contra el Trabajo Infantil y en el Club de Empresas

*“La conformación de una red de trabajo conjunto de actores comunitarios como empresas, instituciones educativas, gobiernos nacional, provincial y municipal y organizaciones de la sociedad civil, demuestra un claro ejemplo de disposición al diálogo, compromiso, flexibilidad y responsabilidad, decisivos para lograr el éxito y la continuidad de toda iniciativa.*

*Manpower es un aliado estratégico clave para el éxito del Programa de capacitación para jóvenes desempleados de Ingeniero White y Bahía Blanca “Prepárate para un Buen Trabajo”, promovido por Dow Argentina. Aporta el complemento clave para el programa de capacitación en oficios como lo es el entrenamiento para el desarrollo y el fortalecimiento de los recursos actitudinales de los participantes, esenciales para un público en situación de vulnerabilidad y con escasas oportunidades de inserción laboral.”*

**Soledad Echagüe  
Directora de Asuntos Públicos  
Dow Argentina**

Comprometidas con la Discapacidad, iniciativas desarrolladas junto al Ministerio de Trabajo de la Nación a través de la CONAETI y de la Unidad para personas con discapacidad y grupos vulnerables, respectivamente. En ambas redes formamos parte de sus Cuerpos de Gobierno.



Firma de Convenio junto a la CONAETI, representada por su Presidente, la Dra. Pilar Rey Méndez.

### Fortalecimiento de la gestión de Oficinas de Empleo y Programas Sociales

Propiciamos el intercambio de información y la articulación de actividades de formación entre las sucursales de Manpower y los funcionarios de áreas de gobierno local - involucrados en temáticas de empleo e inclusión laboral.

Para ello, generamos espacios de diálogo y transferencia de conocimiento entre equipos de gobierno y expertos de Manpower quienes informan acerca de las particularidades del mercado laboral local, los puestos más demandados, los requerimientos de las empresas y las necesidades de formación para orientar la oferta de capacitación de los programas sociales.

### Promoción de la empleabilidad de personas en situación de vulnerabilidad

Empleados de Manpower, 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, se busca propiciar el acercamiento a las oficinas de Manpower para realizar procesos de entrevista, evaluación y capacitación con el objetivo de promover la inserción laboral de estas personas.

### Alianzas estratégicas

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

En abril de 2008 firmamos un Convenio Marco de Asistencia Técnica junto a la CONAETI con el fin de generar espacios de diálogo con trabajadores rurales y desarrollar seminarios de concientización sobre el trabajo infantil, siguiendo los lineamientos del programa de “Huella Solidaria”.

En 2008 comenzamos a trabajar en las provincias de Mendoza, Salta y Tucumán. Para ello capacitamos a nuestros empleados de la Unidad de Negocios Rural sobre la problemática del trabajo infantil, quienes fueron los responsables de la implementación de las actividades.

#### Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Firmamos en abril de 2008 un Convenio de Asistencia Técnica, dentro del marco de nuestro Programa “Juntos por los Jóvenes”. Este acuerdo se basa en 3 pilares fundamentales:

- La capacitación en la búsqueda de empleo, a través de nuestros voluntarios
- La elaboración de un mapa de demanda laboral en el ámbito de la Ciudad de Bs. As. y alrededores
- El dictado de cursos de capacitación tendientes a aumentar la empleabilidad de sus participantes

Los beneficiarios de esta iniciativa son jóvenes de bajos recursos, desempleados o en situación de riesgo, mujeres que han quedado fuera del mercado laboral por tiempo prolongado y personas con bajo nivel de calificación laboral, convocados por el Ministerio de Desarrollo Social.

Buscamos incidir en los procesos de gestión de políticas públicas aportando todo nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo. En 2008 trabajamos junto a:

- Programa “Café Cultura Nación”, Secretaría de Cultura de la Nación.
- Ministerio de Desarrollo Social, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Dirección de la Mujer, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Oficinas de empleo de los municipios de: Córdoba; Villa María (Córdoba); Rosario (Santa Fé); Luján de Cuyo (Mendoza); Pilar, Bahía Blanca y Pergamino (Buenos Aires); y Rosario de Lerma (Salta).

## 5.7. Medioambiente

Sabemos que nuestras operaciones y negocios también impactan en el medioambiente, y queremos trabajar para minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos en cada una de las actividades que desarrollamos.

### Reciclado de papel y plástico

Desde 2004 trabajamos conjuntamente con la Fundación Hospital de Pediatría Pr. Dr. Juan Garrahan en el reciclado de papel en nuestras oficinas. En 2008 recolectamos 4.350 kilos, un 6,1% más que el año pasado (4.098 kilos). Este papel fue donado a la Fundación que sustenta el funcionamiento de Casa Garrahan, y desarrolla iniciativas para mejorar la salud de niños de bajos recursos.

#### Reciclado de papel (en kilos)

2006	2007	2008
1.555	4.098	4.350



A su vez, a partir de noviembre de 2008 comenzamos a juntar tapitas de plástico de gaseosas y agua mineral en Casa Central, Centro de Entrenamiento Manpower (CEM), e Insumos y Archivo para contribuir con el “Programa de Reciclado de tapitas” de la Fundación Garrahan. Para su implementación, asignamos referentes por cada semi-piso de Casa Central y de

cada uno de los sectores, quienes son los encargados de juntar las tapitas en cajas, las cuales son retiradas por el personal de la Fundación Garrahan junto con el papel recolectado.

### Gestión de residuos

#### Remanufacturaación de tonners

En mayo de 2008 comenzamos el proyecto con un trabajo de investigación sobre los procedimientos y requisitos necesarios para remanufacturar nuestros tonners de forma ambientalmente responsable. A su vez, estudiamos el marco legal, en particular la ley 24.051 “Generación, manipulación, transporte, tratamiento y disposición final. Régimen. Autoridad de aplicación”, y se consultó con la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación sobre las condiciones de los proveedores a contratar.

El proveedor seleccionado fue evaluado in situ a fin de comprobar que cumpliera con las normas ambientales y presentara la documentación requerida por la normativa vigente para operar con residuos peligrosos.

Luego de una prueba piloto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, en diciembre de 2008 creamos un proceso cerrado de compra, remanufacturaación de tonners y venta de carcazas vacías no reutilizables, el cual fue aplicado exitosamente en todo el país. La remanufacturaación consiste en cambiar todas las partes internas del cartucho menos la carcaza y cargarlo con tintas originales, siguiendo la reglamentación de la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. Cada tonner

tiene una vida útil (aproximadamente 3 recargas), luego de esto, el proveedor de remanufacturaación directamente no lo recicla más y lo envía a incineración (este proceso también está regulado ambientalmente) y la gestión la realiza la misma empresa de remanufacturaación.

Desde mayo a diciembre de 2008 remanufacturamos 185 tonners, logrando un ahorro de 7,07% en el costo de este producto. A su vez, este año nos enfocamos en la venta de carcazas de tonners vacías, las cuales se compran durante el primer año de vida de la impresora, por no poderlas guardar hasta tanto se puedan remanufacturar. Por ende se las vende a la misma empresa de remanufacturaación. De este modo, nos aseguramos que las carcazas vacías no utilizables sean incineradas en forma responsable.

### Uso racional de energía

Continuamos con el programa de uso racional de la energía en todas las oficinas del país, siguiendo con las campañas de concientización haciendo hincapié en la importancia del ahorro de la energía para la preservación del medioambiente y ligándolo a la eficientización de costos económicos para la empresa.

Dentro de las actividades que desarrollamos en el marco del programa destacamos las siguientes:

- Apagado de luces al retirarse de cada ambiente.
- Utilización de los aires acondicionados a 24°C
- Apagado de carteles luminosos de Manpower en horarios no visibles

- Cierre de puertas en espacios no utilizados para la conservación de la refrigeración
- Apagado de monitores cuando no se utilizan las computadoras

A su vez, estamos trabajando en un sistema que permita el apagado de la computadora cuando no es utilizada por el empleado, actualmente sólo se activa el protector de pantalla y se apaga el monitor. Esto permitirá incrementar el ahorro de energía en el futuro.

Sabemos que aún nos queda mucho por hacer y mejorar. Por eso, trabajaremos en optimizar el uso de los recursos en nuestras operaciones diarias.

## 6. Logros y desafíos

En esta sección informamos el estado de cumplimiento de los desafíos 2007 y 2008 publicados en el Reporte de RSC 2008. A su vez, presentamos los nuevos desafíos 2009 que serán respondidos

en el próximo Reporte de RSC. Vale destacar que los desafíos 2007 mencionados en este Reporte fueron aquellos que quedaron pendientes o en proceso de implementación en la publicación anterior.



DESAFIOS 2007	GRADO DE CUMPLIMIENTO	ACCIONES IMPLEMENTADAS PARA SU CUMPLIMIENTO
<b>CLIENTES</b>		
Re-diagramar las páginas Web corporativas de Manpower y Manpower Professional.	//	Se rediagramó el site de Manpower <a href="http://www.manpower.com.ar">www.manpower.com.ar</a> y se agregó un acceso directo al nuevo site de asociados. Se concluirá el diseño de la web de Manpower Professional en 2009.
<b>ASOCIADOS</b>		
Crear una nueva intranet para Manpower Argentina.	//	Lanzamos el acceso directo al sitio Web de asociados dentro de nuestra página corporativa.
<b>EMPLEADOS</b>		
Beneficios en instituciones educativas.	//	Firmamos convenios con las siguientes instituciones educativas: Universidad del Salvador, Universidad Empresarial Siglo 21, Universidad Abierta Interamericana, IES Colegio Universitario Córdoba y Asociación Argentina de Cultura Británica en Córdoba.
<b>PROVEEDORES</b>		
Firma de documentos para alinear a los proveedores a la visión de RSC de la empresa.	//	El 89% de los proveedores que se gestionaron desde el área de Compras, firmaron el documento "Carta de Aceptación del Código de Conducta".
Promoción de espacios de diálogo donde se priorizará la escucha activa de nuestros proveedores.	//	En junio y octubre de 2008 realizamos dos encuentros de diálogo con nuestros proveedores para conocer sus opiniones sobre nuestro Reporte de RSC y sobre la relación que nos vincula.
Programa de Desarrollo de Proveedores de zonas rurales.	//	Se realizaron viajes al interior del país, en las zonas donde están localizados los proveedores del rubro de provisión de alimentos para los trabajadores rurales. Se mantuvieron reuniones con el 85% de los proveedores, donde se revisaron los alcances del servicio, la documentación a firmar y las adaptaciones a los procesos y circuitos que permitan mejorar las relaciones.

DESAFIOS 2008	GRADO DE CUMPLIMIENTO	ACCIONES IMPLEMENTADAS PARA SU CUMPLIMIENTO
Promoción de políticas de Diversidad e Inclusión en empresas proveedoras, propiciando el surgimiento de nuevas oportunidades de empleo dentro del programa "Oportunidades para Todos".	//	
<b>COMUNIDAD</b>		
Colaborar con madres que quieren reinserirse en el mercado laboral, apoyándolas en su formación para la búsqueda de empleo.	//	<p>Dictamos talleres de formación laboral y orientación para el empleo para mujeres que buscan reinserirse en el mundo del trabajo, a partir de la alianza con la Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.</p> <p>En el marco del Programa Café Cultura de la Secretaría de Cultura de la Nación, dictamos talleres de formación laboral para mujeres de las Unidades N° 3 y 31 de la Cárcel de Ezeiza próximas a recuperar su libertad.</p>
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
Realizar un estudio estadístico de los consumos con el fin de adoptar medidas correctivas que deriven en ahorros energéticos y económicos.	//	Hemos dejado sin efecto el proyecto de realizar un estudio estadístico sobre el consumo de energía en la empresa, para focalizar nuestros esfuerzos en la concientización ambiental de nuestros empleados promoviendo el uso racional de los recursos (energía, agua y papel).
<b>CLIENTES</b>		
Continuar desarrollando un análisis estratégico para evaluar la apertura de nuevas sucursales especializadas en todo el país.	//	Luego de un análisis estratégico se concretó la apertura de 10 sucursales.
Profundizar el desarrollo del programa "La mujer en la Empresa Contemporánea", extendiendo el ciclo de Encuentros para profesionales de RRHH y RSC en el interior del país.	//	Realizamos el ciclo de Encuentros "Mujer y Empresa en el Siglo XXI" en las ciudades de: Mendoza, Rosario, Neuquén, Córdoba y localidades del Gran Buenos Aires.
Profundizar la difusión del programa "Oportunidades para Todos" a partir de la realización de encuentros de concientización con empresas cliente por regiones.	//	Realizamos 15 capacitaciones con la participación de 158 personas –ejecutivos, mandos medios y empleados de empresas cliente– y 6 desayunos con la asistencia de 50 personas - clientes, organizaciones sociales, organismos de gobierno y universidades.
<b>ASOCIADOS</b>		
Desarrollar dentro del portal institucional un sitio Web exclusivo para nuestros Asociados con información de interés y beneficios especiales.	//	Lanzamos el acceso directo al sitio Web de asociados dentro de nuestra página corporativa.

DESAFIOS 2008	GRADO DE CUMPLIMIENTO	ACCIONES IMPLEMENTADAS PARA SU CUMPLIMIENTO
Realizar encuentros con asociados que ingresaron a través del programa "Oportunidades para Todos" para que intercambien experiencias laborales y puedan identificarse como grupo.	//	
<b>EMPLEADOS</b>		
Realizar encuentros con los mandos medios para escuchar sus opiniones respecto del desafío por conciliar vida laboral y familiar de las empleadas madres a su cargo.	//	Realizamos 7 encuentros incluyendo a todos los Gerentes, Supervisores y Jefes de la organización.
Crear un Comité que elabore las Políticas de Conciliación para la compañía.	//	Constituimos el Comité de Conciliación interdepartamental que definirá una política-marco con opciones de flexibilidad laboral para permitir mejorar el balance trabajo-familia.
Consolidar el involucramiento del 20% del personal fijo de Manpower como voluntarios corporativos.	//	El 20,4% de los empleados de Manpower realizan actividades como voluntarios corporativos.
Capacitar nuevos referentes en Diversidad y Procesos de Selección en Discapacidad en todo el país.	//	Realizamos dos capacitaciones con la participación de 28 empleados que posteriormente quedaron como referentes del programa "Oportunidades para Todos" en las sucursales.
Extender los beneficios educativos para nuestros empleados al interior del país.	//	Extendimos los beneficios en la Provincia de Córdoba.
Desarrollar nuevas herramientas de comunicación y Capacitación (E-Learning) y realizar reportes para medir la asimilación de la información emitida.	//	Lanzamos la nueva Plataforma E-learning.
Potenciar el rol de comunicador de los líderes de Manpower.	//	Elaboramos una estrategia de comunicación para dar apoyo a los líderes en el proceso de cascado de información a sus equipos.
<b>PROVEEDORES</b>		
Implementar un programa de Encuentros para el Diálogo con Proveedores con el fin de avanzar en la promoción de la RSC en la cadena de valor.	//	Realizamos dos encuentros de Diálogo con proveedores clave durante 2008.
Integrar al Departamento de RSC al Programa de desarrollo de Proveedores liderado por el área de Compras.	//	El Departamento de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos y el Área de Compras comparten los objetivos de realización de diálogos con proveedores, firma de cartas de aceptación del Código de Conducta e integración de los proveedores a actividades de Responsabilidad Social.
<b>COMUNIDAD</b>		
Implementar un mecanismo de promoción de oportunidades de formación y de empleo para beneficiarios de los programas de RSC - generando mayor involucramiento de las sucursales de Manpower y de las empresas cliente.	//	Implementamos la iniciativa "Construyendo Puentes", que involucra a empresas cliente de Manpower y empleados de la compañía.

DESAFIOS 2008	GRADO DE CUMPLIMIENTO	ACCIONES IMPLEMENTADAS PARA SU CUMPLIMIENTO
Continuar desarrollando talleres de Formación Laboral y Orientación Vocacional para personas con discapacidad.	//	Desarrollamos 12 talleres de formación laboral, 6 de orientación vocacional y 2 de evaluación grupal de los que participaron 152 personas con discapacidad.
Dictar talleres de formación laboral para madres que quieren reinserirse en mercado del trabajo. Desarrollar nuevas alianzas con organizaciones públicas y privadas focalizadas en la promoción de la mujer.	//	40 mujeres convocadas por la Dirección de la Mujer del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires participaron en los talleres de formación laboral dictados por voluntarios de Manpower. 20 mujeres de las Unidades N° 3 y 31 de la Cárcel de Ezeiza participaron en los talleres de formación laboral y búsqueda de empleo, en el marco del Programa "Café Cultura" de la Secretaría de Cultura de la Nación.
Consolidar las acciones del programa "Sin Fronteras" mediante la realización de talleres mensuales de orientación y búsqueda de empleo para personas refugiadas.	//	Establecimos un cronograma anual de trabajo para facilitar la actividad de los voluntarios de Manpower. Realizamos un taller mensual de orientación para la búsqueda de empleo entre enero y noviembre.
Extender la cobertura geográfica del programa "Huella Solidaria" a nuevas comunidades rurales de Santiago del Estero e incrementar la frecuencia de los encuentros de formación sanitaria.	//	Desarrollamos ciclos de formación sanitaria en 7 comunidades rurales entre los meses de abril y septiembre, con realización semanal de talleres.
Desarrollar espacios de diálogo con trabajadores rurales asociados de Manpower sobre la problemática del Trabajo Infantil en Salta, Mendoza y Tucumán.	//	Relevamos dos comunidades rurales de Mendoza y dos de Tucumán. No avanzamos en intervención comunitaria durante 2008.
Generar nuevas alianzas con organismos de gobierno para contribuir con la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos en el marco del programa "Juntos por los Jóvenes".	//	Establecimos alianzas formales con la Secretaría de Cultura de la Nación y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
Profundizar el desarrollo del Programa de uso racional de energía, optimizando la medición del consumo y promoviendo conductas responsables entre los empleados.	//	

// Realizado // En proceso // Pendiente

DESAFIOS 2009
<b>CLIENTES</b>
Generar nuevas herramientas de comunicación y sensibilización para el programa "Oportunidades para Todos" a fin de profundizar la tarea de concientización de nuestros grupos de interés.
Continuar sumando nuevas empresas comprometidas que incluyan personas con discapacidad en sus equipos.
Optimizar la atención de clientes por industria, centralizando la coordinación del servicio a través de los especialistas de mayor seniority dentro del equipo de account managers.
<b>ASOCIADOS</b>
Implementar manuales de Seguridad e Higiene para asociados - adaptados por Unidad de Negocio de la compañía.
<b>EMPLEADOS</b>
Desarrollar Focus Group con mandos de la organización para trabajar sobre los resultados de la encuesta de clima y elaborar un plan de acción dando respuesta a requerimientos de los empleados.
Implementar el Job Posting (posibilidad de autopostularse a puestos vacantes dentro de la organización a través de una serie de procedimientos estandarizados) como una nueva herramienta para el desarrollo.
Desarrollar el Programa de Celebración de la "Experiencia del Candidato", donde se premiará a las sucursales que tengan un desempeño destacado.
<b>PROVEEDORES</b>
Ampliar la base de proveedores que adhieren a nuestro Código de Conducta mediante la firma de la Carta de Aceptación.
Continuar con el desarrollo del programa de Diálogo con Proveedores.
<b>COMUNIDAD</b>
Organizar un seminario teórico práctico sobre inclusión juvenil con estudiantes del Instituto Pedro Goyena de la ciudad de Bahía Blanca, en el marco del Programa "Buen Trabajo" de la empresa cliente Dow Argentina.
Realizar charlas presentando el programa "Oportunidades para Todos" en instituciones especializadas en discapacidad y universidades, con el objetivo de concientizar a alumnos y docentes acerca de la temática y el rol que pueden cumplir como agentes multiplicadores.
Identificar una organización social como futuro partner en actividades de orientación e inserción laboral focalizada en personas mayores de 45 años, buscando avanzar en un proyecto centrado en otro colectivo en desventaja.

# 7. Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso 2008

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
<b>1. VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>			
1.1	Declaración del máximo responsable	//	4-5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	//	4-7, 13-16, 19-20, 32, 75-79
<b>2. PERFIL</b>			
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
2.1	Nombre de la organización	//	2
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	//	15-18
2.3	Estructura operativa	//	17
2.4	Localización de la sede principal	//	(1)
2.5	Países en los que opera	//	15-16
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	//	(2)
2.7	Mercados servidos	//	15-16
2.8	Dimensiones de la organización informante	//	16
2.9	Cambios significativos del período	//	(3)
2.10	Premios y distinciones recibidos	//	28
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>			
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
3.1	Período cubierto por la información	//	2
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	//	(4)
3.3	Ciclo de presentación de memorias	//	(4)
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria	//	84
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>			
3.5	Proceso de definición del contenido	//	9-13
3.6	Covertura de la memoria	//	2
3.7	Existencia de limitaciones de alcance	//	2
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa	//	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores	//	2
3.10	Efectos de las correcciones de información de informes anteriores	//	(5)

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
3.11	Cambios significativos respuesta a períodos anteriores sobre alcance y cobertura	//	(6)
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI</b>			
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces de Internet	//	80-84
<b>VERIFICACIÓN</b>			
3.13	Política y práctica sobre verificación externa		n/a
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
<b>GOBIERNO</b>			
4.1	Estructura de gobierno	//	19-20, (7)
4.2	Características de la presidencia del Consejo	//	(8)
4.3	Consejeros independientes o no ejecutivos	//	(9)
4.4	Comunicación entre accionistas y empleados y el máximo órgano de gobierno	//	(10)
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	//	n/d
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	//	21
4.7	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad	//	20
4.8	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	//	15, 21
4.9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo	//	20
4.10	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad	//	n/d
4.11	Principio de precaución	Principio 7	4-7, 10-11, 20, 68-69, 75-79
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad	//	22-25, 27-29, 33-50
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	//	27-29

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
4.14	Relación de grupos de interés de la organización	//	9-13, 51-73
4.15	Procedimiento para la definición de los grupos de interés	//	9-13, 31, (11)
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés	//	9-13, 52-53, 55-56, 63-65, 67-69
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés	//	11, 56, 63-64, 68-69, (12)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
EC1	Principales magnitudes económicas	//	16
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	Principio 7	// n/d
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	//	(13)
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	//	(14)
EC5	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	Principio 1	// n/d
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	//	(15)
EC7	Procedimiento para la contratación y proporción de altos directivos locales	Principio 6	// n/d
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	//	16, 33-50
EC9	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	//	33-50
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>			
<b>EMPLEO</b>			
LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región	//	60

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
LA2	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	Principio 6	// 60, 64
LA3	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	//	(16)
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	Principios 1, 3	// 60
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	Principio 3	// (17)
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	Principio 1	// n/d
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales	Principio 1	// n/d
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	Principio 1	// 65
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Principio 1	n/a
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	//	61-62
LA11	Programa de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores	//	63
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional	//	63
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDAD</b>			
LA13	Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría	Principios 1, 6	// 19-20
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	Principios 1, 6	// (18)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6	// 16

7. Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso 2008

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos y medidas adoptadas	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6	// 66-67
HR3	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6	// 16, 35, 43-44, 48-50, 61-62
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	Principios 1, 2, 6	// (19)
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>			
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	Principios 1, 2, 3	// (20)
<b>EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>			
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	Principios 1, 2, 4, 5	// 25, 27, 46-49, 70-71
<b>TRABAJOS FORZADOS</b>			
HR7	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	Principios 1, 2, 4	// (21)
<b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos	Principios 1, 2	n/a
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>			
HR9	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	Principios 1, 2	n/a
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>			
<b>COMUNIDAD</b>			
SO1	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades		// 30-50
<b>CORRUPCIÓN</b>			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	Principio 10	// 21-22
SO3	Porcentaje empleados formados en anti-corrupción	Principio 10	// 21-22
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	Principio 10	// n/d
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	// 70-71

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
SO6	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	Principio 10	// (22)
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>			
SO7	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia		// (23)
<b>COMPORTAMIENTO NORMATIVO</b>			
SO8	Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes		// (24)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>			
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	Principio 1	// 57
PR2	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios	Principio 1	n/a
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
PR3	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios	Principio 8	n/a
PR4	Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	Principio 8	n/a
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente		// 52-53, 56
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>			
PR6	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing		// (25)
PR7	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing		// (23)
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>			
PR8	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	Principio 1	// 22, (23)
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>			
PR9	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios		// (23)

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>			
<b>MATERIALES</b>			
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	Principio 8	// n/d
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	Principios 8, 9	// 72
EN3	Consumo directo de energía por fuentes primarias	Principio 8	// n/d
EN4	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	Principio 8	// n/d
EN5	Ahorro de energía por la conservación y mejoras en la eficiencia	Principios 8, 9	// 73
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	Principios 8, 9	// 73
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	Principios 8, 9	// 73
<b>AGUA</b>			
EN8	Captación total de agua por fuentes	Principio 8	// n/d
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	Principio 8	n/a
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Principios 8, 9	// n/d
<b>BIODIVERSIDAD</b>			
EN11	Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas	Principio 8	n/a
EN12	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alta biodiversidad	Principio 8	n/a
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Principio 8	n/a
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	Principio 8	n/a
EN15	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	Principio 8	n/a
<b>EMISIÓN, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	Principio 8	// n/d

INDICADORES GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ESTADO DEL INDICADOR	PAGINA
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	Principio 8	// n/d
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	Principios 7, 8, 9	// n/d
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	Principio 8	// n/d
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	Principio 8	// n/d
EN21	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	Principio 8	n/a
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	Principio 8	// n/d
EN23	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	Principio 8	n/a
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	Principio 8	n/a
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	Principio 8	n/a
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	Principios 7, 8, 9	// 72-73
EN27	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil	Principios 8, 9	n/a
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>			
EN28	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	Principio 8	// (23)
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	Principio 8	// n/d
<b>GENERAL</b>			
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	Principios 7, 8, 9	// n/d

// Reportado // Parcialmente reportado // No reportado



Indicadores que responden a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



**PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS**

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

**ACLARACIONES**

- n/d:** Significa no disponible durante el período de elaboración de este Reporte de RSC. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos Reportes.
- n/a:** Significa que no aplica a las actividades de la empresa.

**NOTAS**

- (1) La sede principal de Manpower INC se encuentra en Wisconsin, Estados Unidos. La sede principal de Manpower Argentina se encuentra en Buenos Aires.
- (2) Manpower, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes cinco sociedades: COTECSD COMPAÑIA TÉCNICA SUDAMERICANA SOCIEDAD ANÓNIMA DE SERVICIOS EMPRESARIOS, BENEFITS S.A., RURALPOWER S.A., RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A., SALESPOWER S.A..
- (3) SALESPOWER S.A. fue creada en 2007 y comenzó a operar como empresa de Manpower Argentina en 2008.
- (4) Realizamos el Reporte de Responsabilidad Social Corporativa anualmente. El Reporte anterior a esta publicación corresponde al año 2007.
- (5) No se produjeron cambios significativos en Manpower Argentina que puedan afectar la comparabilidad de la información reportada.
- (6) No se produjeron cambios en el alcance, cobertura y metodología en relación a los Reportes de RSC anteriores.
- (7) Como cumplimiento de la Ley de Sociedades, el Directorio de la empresa, como órgano societario, está compuesto por los siguientes miembros: Horacio Pablo De Martini (Presidente), Michael John Lynch, Mike Van Handel, Alfredo Luciano Fagalde Grondona y Eduardo Rafael March.

- (8) El Presidente del Directorio no ocupa una posición ejecutiva en Manpower Argentina. El órgano de gobierno de Manpower Argentina conformado por el Comité de Dirección es presidido por su Director General quien cumple funciones ejecutivas.
- (9) No hay Directores independientes en el Directorio y el Comité de Dirección.
- (10) Manpower Argentina no tiene contacto directo con los accionistas de la empresa. Los miembros del Comité de Dirección tienen contacto permanente con los empleados de Manpower Argentina a través de las funciones operativas en sus respectivas áreas.
- (11) Identificamos los grupos de interés junto al Grupo Operativo responsable del proceso de recolección de información publicada en este Reporte, y a los diálogos con los grupos de interés.
- (12) En cada actividad que desarrollamos, recolectamos testimonios de los protagonistas que nos ayudan a seguir mejorando nuestros programas. Algunos de ellos fueron publicados a lo largo de este Reporte.
- (13) Manpower Argentina no cuenta con Programas de Retiro para los empleados. El sistema de jubilación es conforme la Ley Laboral vigente en la Argentina.
- (14) Manpower Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.
- (15) Manpower Argentina no tiene una política formal específica, pero sí una práctica a favor de este esquema que se fue desarrollando sobre todo en el interior del país.
- (16) Principales beneficios para empleados en 2008: Beneficios educativos, Almuerzos aniversario para todos los empleados, Celebración de fin de año, Reconocimiento económico por cumplimiento de objetivos, Reconocimiento especial a la trayectoria laboral de los empleados a partir de los 10 años de antigüedad, Descuentos y promociones, Regalos en fechas especiales (nacimiento, matrimonio).
- (17) No hay período de preaviso.
- (18) No existen diferencias entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.
- (19) Durante 2008, la compañía recibió, conjuntamente con la empresa usuaria, una denuncia por discriminación ante el INADI, iniciada por una asociada que fue dada de baja por el cliente encontrándose embarazada. Se ha presentado toda la documentación solicitada, no obstante lo cual ha iniciado un juicio laboral.
- (20) No se produjeron actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos.
- (21) No se realizaron operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.
- (22) Manpower Argentina no realiza aportes a partidos políticos o instituciones relacionadas.
- (23) No hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
- (24) Durante 2008 la Policía del Trabajo ha aplicado multas por la suma de \$ 6.615,42.
- (25) Manpower Argentina no está adherida a estándares o códigos voluntarios de comunicación y publicidad.

**PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE DE RSC**

<b>Coordinación General</b> Gerencia de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos Manpower Argentina www.manpower.com.ar	<b>Facilitadores Externos</b> ReporteSocial.com www.reportesocial.com	<b>Responsables de edición</b> Edelman www.edelman-argentina.com.ar
---	---	---

# 8. Lo escuchamos

Esperamos hacer de este Reporte de RSC un proceso de mejora continua. Con el siguiente formulario buscamos tener su opinión para poder seguir avanzando en este proceso y adaptar nuestro Reporte a los contenidos que nuestros grupos de interés esperan leer.

Ud. puede enviar este formulario por Fax al **+54 11 5550 6698 (interno 7708)**, por correo electrónico, a **rsc@manpower.com.ar** o por correo a:

**Manpower**  
Maipú 942 21°  
Buenos Aires (C1006ACN) - Argentina

**¿Cuánto ha leído de este informe?**  
 Todo  Mucho  Poco  Nada

**¿En qué formato le gustaría recibir el Reporte de Responsabilidad Corporativa 2009?**  
 Versión impresa  Versión digital en CD  Versión on-line

**Clasificar el reporte según los siguientes criterios:**

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
--	-----------	-----------	-------	---------	------

Opinión General \_\_\_\_\_  
 Utilidad de la información \_\_\_\_\_  
 Redacción y lenguaje \_\_\_\_\_  
 Diseño \_\_\_\_\_

**Clasificar el reporte según los siguientes criterios:**

	Extremadamente informativa o importante	Muy informativa o importante	Informativa o importante	Poco informativa o importante	No informativa o importante
--	---	------------------------------	--------------------------	-------------------------------	-----------------------------

Diálogo con el Director General \_\_\_\_\_  
 Diálogo con la Gerente de Responsabilidad Social y Asuntos Públicos \_\_\_\_\_  
 El diálogo como base \_\_\_\_\_  
 Cómo gestionamos responsablemente nuestro negocio \_\_\_\_\_  
 Consolidando vínculos con los grupos de interés \_\_\_\_\_  
 Nuestros programas de RSC \_\_\_\_\_  
 Clientes \_\_\_\_\_  
 Asociados \_\_\_\_\_  
 Empleados \_\_\_\_\_  
 Proveedores \_\_\_\_\_  
 Gobierno \_\_\_\_\_  
 Medioambiente \_\_\_\_\_  
 Logros y Desafíos \_\_\_\_\_  
 Tabla de Indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso (COP) 2008 \_\_\_\_\_

**¿Qué otra información le gustaría encontrar en los próximos reportes que considera relevante a nuestro negocio y a la relación con el grupo de interés al que pertenece?**

Otros comentarios o sugerencias sobre el Reporte de RSC 2008: \_\_\_\_\_

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_ Provincia/País: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Correo Electrónico: \_\_\_\_\_  
 Grupo de interés al que pertenece: \_\_\_\_\_  
 Cliente  Empleado  Asociado  Proveedor  Comunidad  Gobierno  Otro  ¿Cuál?





Manpower®

What do you do?