

2012

**MANPOWERGROUP ARGENTINA**

# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

Una gestión con foco en el valor de la persona  
y el sentido del trabajo en su vida



ManpowerGroup™



**ISO  
26000** ManpowerGroup Argentina ha usado la ISO  
26000 como guía para integrar la responsa-  
bilidad social en sus valores y prácticas.

# ÍNDICE

**04**

Carta de Alfredo Fagalde

---

**05**

Carta de María Amelia Videla

---

**06**

Nuestra Empresa

---

**08**

ManpowerGroup en números

---

**10**

Nuestro gobierno corporativo  
y la sustentabilidad

---

**12**

La sustentabilidad como eje en  
nuestra gestión

---

**18**

Identificación e involucramiento  
con las partes interesadas

---

**22**

El valor de los derechos humanos  
en la gestión del negocio

---

**26**

Nuestro compromiso y participación activa  
en el desarrollo de la comunidad

---

**36**

Acciones con empleados

---

**44**

Asuntos con clientes,  
asociados y candidatos

---

**52**

Prácticas de negocio responsable

---

**58**

Medioambiente

---

**62**

Cumplimiento de los objetivos 2012  
y nuevos desafíos 2013

---

**66**

Sobre este Reporte

---

**68**

Tabla de indicadores GRI y comunicación  
sobre el progreso 2012



## CARTA DE ALFREDO FAGALDE

En esta oportunidad comparto con ustedes el séptimo Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina. A través de esta publicación rendimos cuentas a nuestros grupos de interés sobre los resultados del desempeño económico, social y ambiental de 2012, y comunicamos los compromisos que asumimos a futuro traducidos en desafíos concretos.

Hemos transcurrido un año difícil tanto a nivel global como local. Los cambios de contexto han afectado a nuestra actividad en particular. La disminución de la

tasa de crecimiento de la economía argentina tuvo un impacto directo en la evolución del empleo privado, el cual evidenció inestabilidad y bajas expectativas para el mercado laboral. Los empleadores en la Argentina reportaron modestos planes de contratación para 2012, reduciendo sus expectativas de empleo en forma interanual en los ocho sectores económicos y en cinco de las seis regiones, según nuestra Encuesta de Expectativas de Empleo (\*). Confiados en nuestras fortalezas y en las capacidades de nuestra gente, reforzamos el compromiso con las personas y el mundo del trabajo, interpelados a seguir mejorando nuestra gestión y brindar un servicio de excelencia, superando las condiciones del entorno.

Gestionamos el negocio con una mirada integral sobre los públicos con los cuales trabajamos. Nuestras acciones cotidianas se inspiran en la visión, credo y valores corporativos, el Código de Ética de nuestra organización y las directrices y marcos de actuación de los organismos nacionales e internacionales a los cuales adherimos y sobre la base del respeto a las leyes que regulan nuestras operaciones.

Estamos convencidos de que las empresas tienen que asumir una función de liderazgo en el desarrollo de soluciones que ayuden a crear un futuro sustentable. Al hacer uso de su capacidad para mejorar procesos, generar eficiencia, administrar el riesgo e impulsar la innovación, las empresas grandes y pymes, no sólo serán más competitivas sino que contribuirán a la sociedad y al crecimiento económico a largo plazo.

En 2012, en el marco de nuestro compromiso con el paradigma de la sustentabilidad a nivel global y la permanente labor para dar espacio a las crecientes demandas de transparencia en la gestión, dimos lugar a la conformación de la Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, fruto de una evolución gradual y constante en la gestión durante los últimos 10 años.

A su vez, en esta última etapa comenzamos a abordar aspectos clave de nuestra estrategia de negocio que continuamos profundizando. Revisamos los Estándares Corporativos que guían nuestra gestión diaria: ocho principios éticos y de conducta irrenunciables -con base en el respeto por los Derechos Humanos- ampliando así su alcance a todos los negocios de ManpowerGroup. En este marco, el 100% de los colaboradores se capacitaron al respecto y los líderes de la organización realizaron una certificación para asegurar su cumplimiento en los equipos de trabajo.

Los invito a recorrer las páginas de este Reporte, a través del cual presentamos nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, para conocer las acciones realizadas en el año en el marco de nuestro negocio con foco en el valor de la persona, la sociedad en su conjunto y el desarrollo sustentable del país.

Alfredo Fagalde  
Director General

\* La Encuesta de Expectativas de Empleo ManpowerGroup se lleva a cabo trimestralmente para medir la intención de los empresarios de aumentar o disminuir el número de empleados en la fuerza laboral durante el próximo trimestre. La encuesta se realiza desde hace más de 50 años y se basa en aproximadamente 62.000 entrevistas a empleadores públicos y privados de todo el mundo. En Argentina, se toma una muestra representativa de 800 empleadores de las regiones de: AMBA (Ámbito Metropolitano de Buenos Aires), Cuyo, NEA, NOA, Pampeana y Patagónica. Asimismo, realiza comparaciones por sector: Administración Pública y Educación; Agricultura y Pesca; Comercio Mayorista y Minorista; Construcción; Finanzas, Seguros y Bienes Raíces; Manufacturas; Minería y Extracción; Servicios; y Transportes y Servicios Públicos.



## CARTA DE MARÍA AMELIA VIDELA

Convencidos de que la sustentabilidad tiene cada vez más posibilidades de convertirse en una agenda de cambio transformador, y contemplando desde un rol activo como va moviéndose en el escenario corporativo local de una cuestión de respuestas a una necesidad estratégica; avanzamos con gran satisfacción en la presentación de nuestro séptimo Reporte de Sustentabilidad.

En 2012 involucramos al Comité de Dirección en la realización de un mapeo de grupos de interés detallado, con especial foco en la gestión de riesgos y oportunidades. El proceso arrojó resultados a partir de los cuales procuramos avanzar en planes de acción en base a los públicos identificados, las relaciones actuales y las perspectivas en el mediano plazo. A la vez, continuamos dialogando a través de encuentros presenciales, encuestas y diferentes canales de comunicación con nuestros públicos, permitiéndonos conocer cada día más sus demandas y expectativas. Desde 2008, hemos realizado 11 encuentros presenciales en los que participaron 158 personas.

Paralelamente, hemos trabajado en profundidad los principales temas relacionados con nuestro negocio: calidad de vida, ambiente laboral, derechos humanos e inclusión y diversidad. Así, a partir de la encuesta de Clima Laboral -herramienta clave de gestión interna-, construimos planes de acción para mejorar las relaciones laborales, el ambiente de trabajo y el desarrollo de cada colaborador. Al mismo tiempo, como resultado de la encuesta IFREI 2.0 (Índice de Empresas Familiarmente Responsables) realizada a más de 200 líderes y colaboradores sobre ésta temática, recibimos la Acreditación IFREI, siendo reconocidos como una empresa con políticas, prácticas y cultura flexible de acuerdo al modelo de Empresa Familiarmente Responsable del IESE Business School de España.

En virtud de nuestro compromiso con la generación de entornos de trabajo diversos, este año celebramos el quinto aniversario de nuestra iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”, a partir de la cual invitamos a nuestras empresas cliente a crear valor social compartido apostando por el camino concreto que implica la promoción de oportunidades de formación y de empleo en su organización. Desde 2008, más de 100 empresas y 80 sucursales y colaboradores de ManpowerGroup fueron reconocidos como “Socios en la Inclusión”.

Este año continuamos profundizando y ampliando la sistematización de indicadores ambientales que nos permiten gestionar de modo más eficiente nuestros recursos y, al mismo tiempo, detectar oportunidades de mejora y realizar un seguimiento de los avances logrados. Medimos el impacto de nuestras operaciones a través del control de consumos, la medición de Huella de Carbono y las emisiones de CO<sub>2</sub> -en pos de la reducción del impacto de viajes corporativos.

Este Reporte fue realizado siguiendo los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), alcanzando el máximo Nivel de Aplicación: A. De este modo, damos cuenta del avance en la gestión de sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina, del grado de sistematización de los indicadores económicos, sociales y ambientales, y del proceso de rendición de cuentas a nuestros grupos de interés.

Las estrategias y planes de acción en materia de sustentabilidad tienen mucho espacio aún para hacer un aporte diferenciador ante los grandes desafíos que se nos presentan. “El valor de la persona y el sentido del trabajo en su vida” constituye nuestra inspiración en esta tarea.

Agradeciendo la labor del grupo operativo, verdadero equipo de trabajo que participó en la elaboración de este documento, esperamos encuentren esta publicación de su interés y se sientan alentados a colaborar con nosotros con sus sugerencias y opiniones para hacer de ManpowerGroup una mejor organización para todos sus públicos.

María Amelia Videla

Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos

# NUESTRA EMPRESA

Presentes en la Argentina desde 1965, creamos soluciones innovadoras para la fuerza laboral, trabajando para que las personas escojan su propio camino en el nuevo mundo del empleo y para que las empresas encuentren a los mejores talentos para potenciar su negocio.

En 2012, con el fin de dotar a la organización de mayor agilidad y eficiencia sin afectar la calidad de servicios que entrega a sus clientes y asociados, y atento a los cambios que demanda un mercado competitivo en permanente transformación; la compañía redefinió el abordaje local y regional en la estructura de sus sucursales, permaneciendo como el proveedor de servicios y soluciones en recursos humanos de mayor presencia geográfica en Argentina.

Dotó, al mismo tiempo, a la organización de nuevos liderazgos en base al conocimiento de sus talentos y de las necesidades de sus clientes y asociados. Los cambios implementados se enmarcaron dentro de la estrategia de fortalecer las capacidades del Grupo y de profundizar la presencia diferencial en los mercados en que opera.

## NUESTRAS MARCAS

Como fue referido en la edición anterior de este Reporte, 2011 fue un año de cambios centrados en enfocar nuestra estrategia en la Era del Potencial Humano. En ese marco, el Grupo a nivel internacional trabajó para crear una familia de marcas, conectadas entre sí, que identifican nuestros servicios y soluciones. Es por eso que a partir de 2011 todas estas marcas conviven globalmente bajo el paraguas de ManpowerGroup.

A nivel local los cambios se reflejan a partir del 1° de enero de 2012. Desde entonces, el grupo Manpower Argentina cambia su nombre denominándose ManpowerGroup Argentina con el objetivo de reflejar todo el conjunto de soluciones innovadoras de gestión de personal que ofrecemos de manera exclusiva desde todas nuestras marcas, servicios y soluciones.



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

### ¿A qué nos dedicamos?

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

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

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

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

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

UNIDADES DE NEGOCIO /

- / Administrativa
- / Call Center
- / Hospitalidad
- / Industrial
- / Promociones
- / Rural



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



**Right Management**  
ManpowerGroup

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



**ManpowerGroup Solutions**

ManpowerGroup Solutions es proveedor global de soluciones a medida para la fuerza laboral: tercerizaciones, soluciones de servicios gerenciales y soluciones de talento más allá de las fronteras. En Argentina el foco de las prestaciones ha estado en 2012 en los servicios de Tercerización de procesos de reclutamiento (RPO - Recruitment Process Outsourcing), Gerenciamiento de servicios de proveedores de Recursos Humanos (MSP - Managed service provider) y Tercerización basada en talento (TBO - Talent based Outsourcing).

**VISIÓN**

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

**CREDO**

Potenciamos el mundo del trabajo.

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

Fuerza que impulsa a las organizaciones hacia el futuro.

Fuerza que acelera el éxito personal.

Fuerza que construye comunidades más sostenibles.

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

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

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

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

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

Nuestros valores centrales	Los atributos de Marca
<p><b>GENTE</b> Nos importa la gente y el papel que tiene el trabajo en sus vidas, respetamos a las personas como individuos, confiamos en ellas y las apoyamos ayudándoles a lograr sus metas en el trabajo y en la vida.</p>	<p><b>INCLUYENTES</b> Somos para todos, en todos los niveles.</p>
<p><b>CONOCIMIENTO</b> Compartimos nuestro conocimiento y recursos, para que todos entiendan lo que es importante en el presente y en el futuro del mundo del trabajo, y sepan cómo reaccionar de la mejor manera.</p>	<p><b>CONFIABLES</b> Estamos comprometidos para hacer lo correcto.</p>
<p><b>INNOVACIÓN</b> Lideramos el mundo del trabajo, nos atrevemos a innovar, ser pioneros y evolucionar.</p>	<p><b>ATRACTIVOS</b> La gente está interesada en lo que decimos y hacemos.</p>
	<p><b>VISIONARIOS</b> Nos anticipamos al futuro.</p>
	<p><b>INNOVADORES</b> Tenemos una perspectiva diferente de las cosas.</p>
	<p><b>EXPERTOS</b> Somos la fuente reconocida de opiniones y mejores prácticas.</p>

# MANPOWERGROUP EN NÚMEROS

2010 2011 2012

## REPRESENTACIÓN GEOGRÁFICA

### A NIVEL MUNDIAL

Cantidad de países donde opera



Cantidad de oficinas

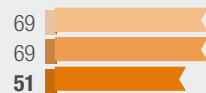


### A NIVEL LOCAL

Cantidad de provincias donde está presente

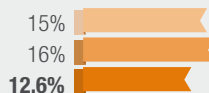


Cantidad de sucursales



### PARTICIPACIÓN DE MANPOWERGROUP EN EL MERCADO

% del Personal Ocupado empleado por ManpowerGroup



% sobre la Facturación (Market Share en \$)<sup>1</sup>



## IMPUESTOS PAGADOS EN LA ARGENTINA

Total impuestos



## CLIENTES

Número de Clientes



Ventas (en millones de pesos)

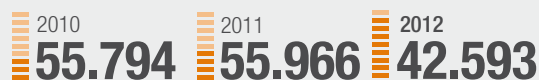


Gastos Publicidad



## ASOCIADOS

Cantidad de Asociados



## RESULTADOS FINANCIEROS (en pesos) 2010 2011 2012

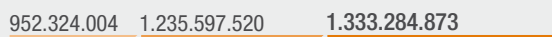
Activos



Resultado Neto



Ventas Totales



Gastos de Administración y comerciales



Patrimonio Neto



Capital Social





## EMPLEADOS

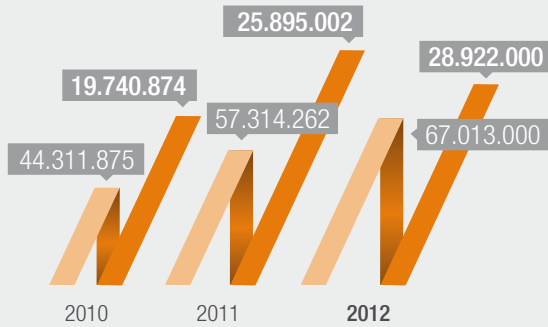
Número de empleados



Personal Capacitado



Sueldos (en pesos) Cargas Sociales (en pesos)

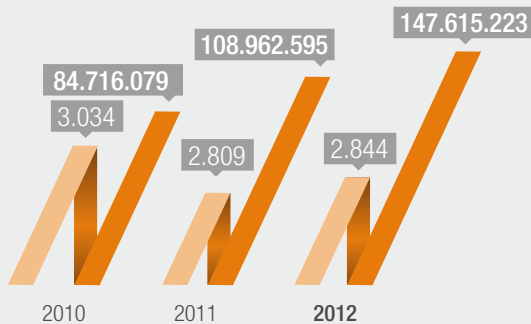


Taza de Rotación



## PROVEEDORES

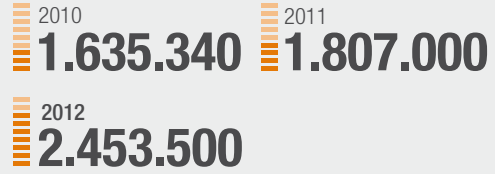
Cantidad de Proveedores Pago a Proveedores (en pesos)



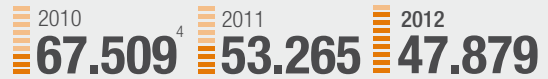
Para mayor información sobre ManpowerGroup Argentina visitar:  
[www.manpowergroup.com.ar](http://www.manpowergroup.com.ar)  
 Para conocer informes sobre el mercado laboral visitar:  
<http://www.manpower.com.ar/downloads.asp>

## GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD

Inversión en Sustentabilidad (en pesos)



Inversión en horas de voluntariado (en pesos)

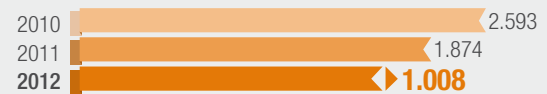


Donaciones Totales (en pesos)



## MEDIOAMBIENTE

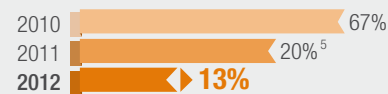
Reciclado de papel (en kilos)



Reciclado de tóners (en cantidad)



% de tóners utilizados que son reciclados



1. El market share corresponde sólo a provisión de personal eventual, única actividad dentro de las prestaciones de servicios de ManpowerGroup de la que se disponen estadísticas oficiales.

2. En el año 2012 la economía argentina registró una significativa disminución en su tasa de crecimiento y ello tuvo un directo impacto en la evolución del empleo privado, el cual experimentó un marcado estancamiento. La generación de nuevos puestos de trabajo fue prácticamente nula durante el año y eso afectó en forma directa a los servicios de personal eventual, actividad que de acuerdo a las estadísticas del INDEC registró una caída del 12% respecto al año anterior (medida en horas facturadas por las empresas del sector). Paralelamente, el servicio de provisión de personal en el ámbito rural fue prohibido por la Ley 26.727, sancionada en diciembre 2011, la que reformó el Régimen de Trabajo Agrario. Ello limitó considerablemente el desarrollo de nuestra actividad dentro de ese sector de la economía.

3. A partir de 2010 el indicador considera los ingresos y egresos transcurridos durante el año.

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

5. El motivo de la baja en el porcentaje se debe a que se reemplazaron tóners reciclados por nuevos para el mejor funcionamiento de las impresoras.



Miembros del Comité de Dirección en jornada de trabajo interno.

# 04

## NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA SUSTENTABILIDAD

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Composición del gobierno de ManpowerGoup Argentina*	El principal órgano de gobierno es el Comité de Dirección, compuesto por el Director General y todos sus reportes directos.	4.3 4.4 6.2 6.3.7	6.3.1 0 6.4 6.4.3	1.2 4.1 4.9 LA13
Responsabilidades, capacitación y experiencia en temas de sustentabilidad*	El Comité de Dirección es a su vez el Comité de Sustentabilidad, y como tal, participa activamente en la definición y consecución de la estrategia de gestión responsable del negocio.	4.3 4.4 6.2		4.7
Evaluación al Comité de Dirección*	Se realiza en el marco del cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina bajo la perspectiva de la gestión sustentable.	6.2		4.9 4.10
Remuneración*	Es en función de los objetivos económico-financieros y el Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina.	6.2		4.5
Comunicación con empleados	El diálogo con los empleados es fluido y permanente a través de comunicados y encuentros presenciales.	4.5 5.3 6.2		4.4 4.16
Gestión de Riesgos	Gestionamos el riesgo económico, social y ambiental de la empresa con foco en los temas laborales.	4.3 6.2		1.2 4.16 4.6 4.17 4.11

\* Cuando es un tema material. Para más información ver el capítulo "Sobre este Reporte".

### EL GOBIERNO DE MANPOWERGOUN ARGENTINA

En ManpowerGroup Argentina el principal órgano de gobierno es el Comité de Dirección, compuesto por el Director General y todos sus reportes directos.

El Comité se reúne mensualmente para tratar temas vinculados al negocio y al desempeño económico, social y ambiental de la empresa. Algunos de los temas relevantes de la agenda de

2012 fueron: el proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad, un ejercicio de mapeo de grupos de interés, la realización de un análisis de materialidad para el Reporte y la gestión, resultados de los diálogos con los grupos de interés, la gestión con proveedores en materia de sustentabilidad, Estándares de Negocio y, sus instancias de comunicación, capacitación y certificación interna.

## RESPONSABILIDADES, CAPACITACIÓN Y EXPERIENCIA EN TEMAS DE SUSTENTABILIDAD

El Comité de Dirección define la estrategia de la empresa y su vínculo con la gestión sustentable del negocio, siendo que a su vez sus miembros forman el Comité de Sustentabilidad de la organización. Cuentan con 17 años de experiencia en promedio trabajando en sus áreas dentro de la empresa, lo que representa gran solidez de conocimiento en la gestión del negocio, y la toma de decisiones sustentables para beneficio de la empresa y sus grupos de interés.

El Comité de Dirección de ManpowerGroup Argentina recibe anualmente capacitaciones en aspectos vinculados a la sustentabilidad que son relevantes para el negocio. A su vez, participa de encuentros con colegas nacionales e internacionales referentes en la temática.

## EVALUACIÓN AL COMITÉ DE DIRECCIÓN

La evaluación a los miembros del Comité de Dirección se realiza en el marco del cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina (de cara a metas trianuales), que incluyen la perspectiva de la sustentabilidad.

Estos objetivos cuentan con indicadores cuantitativos que son evaluados por nuestra casa matriz, quien analiza el desempeño y evolución de cada una de las métricas. De esta forma, el compromiso del gobierno de la compañía por la gestión sustentable del negocio y sus resultados son monitoreados a nivel local y global.

Los objetivos estratégicos ligados con la sustentabilidad que se plantearon para 2012 incluyen: el desarrollo de soluciones innovadoras para contribuir al logro de entornos inclusivos en empresas cliente; el sostenimiento de alianzas público – privadas para promover la empleabilidad de grupos vulnerables; el compromiso de los proveedores con la gestión responsable del negocio; la calidad del servicio al cliente y la atención de candidatos y asociados; la gestión del clima laboral interno y la atracción y retención de talentos con especial foco en la diversidad; y el análisis de un plan de trabajo hacia 2013 que permita alinear nuestras prácticas al marco establecido globalmente por la compañía en materia de gestión ambiental.

## REMUNERACIÓN

La remuneración del Comité de Dirección está compuesta por una parte fija mensual y otra parte variable anual relacionada, no sólo a los objetivos económico-financieros de la compañía, sino también a las metas en materia de sustentabilidad incluidas en el Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina.

## COMUNICACIÓN CON EMPLEADOS

Existe un contacto fluido y permanente entre el Comité de Dirección y los empleados de ManpowerGroup Argentina. Entre los canales de comunicación destacamos:

- La Encuesta de Clima Organizacional.
- La “Línea Ética” para manifestar preocupaciones y/o denuncias sobre el Código de Conducta y Ética, las cuales recibe el Director General.
- Almuerzo aniversario de ingreso a la compañía.
- Mensajes en video y por correo electrónico.
- Reuniones grupales con integrantes del Comité de Dirección dentro de un ámbito ameno e informal, para intercambiar opiniones, experiencias y expectativas.
- Programa de visitas de miembros del Comité de Dirección a sucursales, encuentros formales de media jornada para acompañar la gestión del negocio de cada equipo.

## GESTIÓN DE RIESGOS <sup>1</sup>

Gestionamos nuestro negocio con una mirada integral en las personas, empresas u organizaciones con las cuales trabajamos. Es por eso que analizamos el riesgo económico, social y ambiental en cada unidad de negocio de manera de prevenir la generación de impacto negativo en cualquiera de nuestros grupos de interés.

Para ello basamos nuestras acciones en la visión, credo y valores corporativos, el Código de ética de la compañía, los organismos nacionales e internacionales a los cuales adherimos y las leyes que regulan nuestras operaciones.

A su vez, trabajamos en la gestión de riesgos laborales desde el inicio de la relación con los asociados. Una de las herramientas clave en este aspecto, es la metodología propiciada por la “Experiencia del Candidato”, en donde los candidatos nos reconocen como un asesor laboral confiable, manteniendo un vínculo estrecho que minimiza al máximo cualquier tipo de conflicto.

Sistematizamos indicadores de resultados para evaluar y hacer un seguimiento de nuestra gestión de riesgos. Ellos son:

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

El nivel de efectividad reportado por el Servicio de Conciliación Laboral Obligatoria (SECLO) del Ministerio de Trabajo durante 2011 (que sirve de comparación para el indicador de ManpowerGroup) alcanzó 35,06%, mientras que nuestra organización logró durante 2012 un nivel de efectividad de 73,06%.

Por último, gestionamos nuestros riesgos ambientales a partir de la sistematización de indicadores de consumo y ahorro de los principales recursos que utilizamos, como así de nuestra Huella de Carbono.<sup>2</sup>

## CREAMOS EL ÁREA DE AUDITORÍA INTERNA

Con el objetivo de seguir agregando valor y mejorar las operaciones de nuestra organización, creamos el área de Auditoría Interna que depende de la Gerencia de Asuntos Legales y tiene como funciones:

- Identificar los negocios de mayor criticidad, relevarlos y generar planes de auditoría.
- Ejecutar dichos planes.
- Asegurar un correcto seguimiento de los desvíos detectados, procurando la minimización de los riesgos asociados a la operación.

Como primer proyecto, el área elaboró, con colaboración de un consultor externo, una matriz de riesgos sobre la operación rural, y ya se ha comenzado con la implementación de un plan de auditoría sobre nuestros servicios de administración de nómina, con el objetivo de relevar el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos al respecto. El próximo paso, en 2013, será analizar otros negocios de la compañía, considerando los riesgos asociados a los mismos.

<sup>1</sup> Para más información sobre la gestión de riesgos de ManpowerGroup ver la sección de “Cumplimiento del marco regulatorio”.  
<sup>2</sup> Para más información ver capítulo “Medioambiente”.



Colaboradores de la sucursal Contact Center.

05

## LA SUSTENTABILIDAD COMO EJE EN NUESTRA GESTIÓN

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Evolución de la estrategia de sustentabilidad	Fruto del compromiso de la empresa y de la evolución de nuestra gestión en los últimos años, creamos la nueva Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos.	4.4 5.2 6.2 6.6 6.6.4 6.8.3	1.2 4.8 4.12 4.16 S05	Principio 1 al 10
Estándares de negocio	Contamos con un conjunto de principios, basados en nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, nuestros valores y cultura organizacional, que guían la gestión del negocio.	6.2 6.3.7 6.3 6.3.10 6.3.3 6.6 6.3.4 6.6.3 6.3.5	4.8 HR6 S02	Principio 1, 2, 4, 5 y 10
Nuestra estrategia y gestión responsable del negocio	Promovemos la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo a través de programas e iniciativas en los cuales involucramos a todos los grupos de interés.	5.2 6.3.10 6.2 6.6.6 6.3 6.6.7 6.3.3 6.7.8 6.3.4 6.8 6.3.5 6.8.5 6.3.7 6.8.6 6.3.9 6.8.7 6.8.9	4.9 4.10	Principio 1 al 6
Espacios de gestión	Generamos alianzas con organizaciones de la sociedad civil, cámaras, instituciones académicas y sector público para promover juntos un mercado laboral diverso e inclusivo.	4.5 6.6 5.3 6.6.4 6.2 6.8.3	4.5 4.13 S05	Principio 1 al 10
Reconocimientos	Fuimos reconocidos por nuestra gestión en sustentabilidad.	6.2	2.10 4.12	



## EVOLUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

Nuestros avances en términos de definición e implementación de una estrategia de sustentabilidad<sup>3</sup> se fueron dando de forma gradual y constante durante nueve años. Esto nos ha permitido avanzar en un enfoque de integralidad y transversalidad, que todavía estamos transitando, para adquirir mayor madurez en la gestión.

A partir de 2007 dimos un salto cualitativo signado por el proceso de elaboración de este Reporte, la escucha activa a través de diálogos con los grupos de interés, y la sistematización de resultados del desempeño social y ambiental a las métricas económicas.

En 2011 avanzamos en el análisis de riesgos de los negocios en materia de Derechos Humanos, a partir de los principios y orientaciones de la ISO 26000, el Informe Ruggie de ONU y nuestro Código de Conducta. El Comité de Dirección elaboró una serie de estándares de negocio irrenunciables para ManpowerGroup, con el fin de proteger y respetar los Derechos Humanos en toda la gestión del negocio.

Además, ese año nuestra casa matriz trabajó en el diseño del EMS (Environmental Management System) junto a consultores externos y un grupo de representantes de distintas operaciones de ManpowerGroup en el que la operación argentina tomó parte. La meta es lograr un trabajo sistematizado para reducir nuestro impacto ambiental globalmente. Colaboramos asimismo, en el desarrollo de una plataforma común para el proceso de Reporting Global bajo los lineamientos GRI (Global Reporting Initiative).

En Argentina, consolidamos nuestro trabajo en materia de sustentabilidad como una línea de acción estratégica en 2012, dando lugar a la conformación de la Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, fruto del compromiso y de la evolución de nuestra gestión en los últimos años.

Aprovechar nuestras capacidades para contribuir a la resolución de problemáticas sociales de una manera innovadora, creando soluciones adecuadas para el negocio y su entorno, se ha constituido en una meta vital para la organización.

El inicio de esta nueva etapa implica la profundización de los procesos de transparencia en rendición de cuentas y diálogos, buscando coordinar y cohesionar todas las acciones de comunicación de la organización ante sus públicos clave a través de un equipo de comunicaciones integradas, que contempla las relaciones con la prensa, la comunicación institucional, la comunicación de producto, redes sociales y la comunicación interna.

La Dirección es responsable además de sostener el alineamiento de la operación local a las metas de sustentabilidad que a nivel global ManpowerGroup anunciará próximamente, así como del establecimiento de metas cuantitativas en materia de gestión ambiental.

Como expertos en el mundo del trabajo estamos continuamente estudiando y produciendo documentos sobre las tendencias presentes y futuras. Nuestro rol y responsabilidad en ese sentido nos lleva a ayudar a rever modelos de trabajo, prácticas y fuentes de talento. Marcar la

importancia de la sustentabilidad como nuevo paradigma de gestión y el impacto de esta nueva perspectiva como una oportunidad para la gestión de los recursos humanos en las organizaciones, es parte de nuestra tarea.

En este sentido, creamos espacios de debate y reflexión con nuestros grupos de interés y focalizamos nuestra intervención en encuentros y seminarios en los desafíos y oportunidades que plantea: el equilibrio entre la vida familiar y laboral como parte de la estrategia de gestión de la diversidad y del talento; el involucramiento del público interno en la creación de valor social para la empresa y la sociedad; la relación entre las tendencias de escasez y falta de concordancia de talento con el valor de la inclusión y la diversidad.

### Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos. Dos áreas de gestión diferenciadas.

La Dirección cuenta con un equipo experto que aborda dos ámbitos de trabajo especializados: por un lado, Diversidad e Inclusión Laboral, que profundiza instancias de asesoramiento en el desarrollo de programas de inclusión y diversidad en empresas cliente, anticipando nuevas tendencias en materia de sustentabilidad en las organizaciones relativas a calidad de vida y ambiente laboral; y coordinando el relacionamiento con la comunidad y la actividad del voluntariado corporativo. Por otro, Sustentabilidad y Asuntos Públicos, que continúa liderando el desarrollo del proceso de Reporte de Sustentabilidad local y las instancias de diálogo efectivo con grupos de interés, coordinando el alineamiento local al sistema de gestión ambiental global de ManpowerGroup y dando soporte a la organización en el desarrollo de vínculos con cámaras empresarias y áreas de gobierno.



"Portada de la investigación 'Diez años de RSE en Argentina. En el camino hacia la sustentabilidad', desarrollada por el medio especializado ComunicaRSE. El estudio reúne la visión de más de 100 líderes de opinión de empresas, tercer sector, medios, academia y Estado; y posiciona a ManpowerGroup Argentina entre las cuatro empresas más comprometidas con la RSE y la sustentabilidad de la última década."

3. Para más información sobre qué es Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresaria visitar la página web del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible – CEADS ([www.ceads.org.ar](http://www.ceads.org.ar)) y ver el siguiente documento elaborado por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE): [www.iarse.org](http://www.iarse.org)

## PILARES DE ACCIÓN EN SUSTENTABILIDAD

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

## ESTÁNDARES DE NEGOCIOS

<p><b>Cumplimiento de la ley</b></p> <p>Nuestras políticas y procedimientos garantizan que ManpowerGroup cumpla con la legislación vigente. Frente a una duda o controversia respecto a la forma de desarrollar un servicio, ayudamos a nuestros clientes a priorizar el cumplimiento de la ley.</p>	<p><b>Transparencia</b></p> <p>Evitamos cualquier acto de corrupción en nuestros vínculos con clientes, proveedores, organismos gubernamentales o sindicales. Evitamos situaciones de conflicto de intereses. Bajo ningún concepto requerimos a un candidato o asociado el pago de sumas de dinero.</p>
<p><b>Derechos de los asociados</b></p> <p>Garantizamos el respeto a los derechos de los candidatos y asociados, particularmente el derecho a recibir una adecuada información respecto de sus condiciones laborales, derecho a la libertad ambulatoria, derecho a la intimidad, derecho de asociación colectiva, derecho a un trato no discriminatorio, como así también cualquier otro derecho legalmente vigente.</p>	<p><b>Trabajo infantil y adolescente</b></p> <p>ManpowerGroup no contrata menores de 18 años. No aceptamos la presencia de niños o adolescentes en los establecimientos donde se prestan tareas - salvo en aquellos casos en que exista una infraestructura habilitada a tales efectos, como por ejemplo guarderías.</p>
<p><b>Seguridad en el lugar de trabajo</b></p> <p>Nos interesamos por la salud, dignidad e integridad de nuestro personal. Nos aseguramos que los espacios de trabajo cumplan con todas las exigencias en materia de seguridad e higiene. Garantizamos que nuestro personal reciba capacitación en materia de seguridad e higiene y utilice los elementos de protección personal adecuados para la realización de sus tareas.</p>	<p><b>Registración laboral y remuneración del personal</b></p> <p>Nos aseguramos que nuestro personal sea adecuadamente registrado y que disponga de su remuneración en el momento en que se debe efectuar el pago según lo establecido por la ley. Evitamos cualquier situación que pueda ser considerada como pago no registrado.</p>
<p><b>Negociaciones comerciales</b></p> <p>En todas nuestras negociaciones comerciales informamos a nuestros clientes cuál será el alcance del servicio, así como las responsabilidades y obligaciones que esperamos asuma cada parte. Cumplimos con la política de la compañía en materia de formalización de relaciones comerciales.</p>	<p><b>Proveedores</b></p> <p>Nos aseguramos que nuestros proveedores comprendan y adhieran a nuestro Código de Conducta y Estándares de Negocio, al mismo tiempo que reciben un pago justo y según los tiempos acordados durante su contratación.</p>

## ESTÁNDARES DE NEGOCIO

En ManpowerGroup contamos con Estándares de Negocio que guían cada una de nuestras acciones. Estos se basan en nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, nuestros valores y cultura organizacional y forman un conjunto de principios irrenunciables en los que se enmarcan nuestras políticas y procesos, así como también la forma de gestionar nuestros negocios. Incluyen el cumplimiento de la ley, aspectos relacionados con el proceso de gestión de personas, transparencia y confiabilidad, trabajo infantil y adolescente, derechos de los asociados y seguridad en el lugar de trabajo, entre otros.

Durante 2012 definimos un cronograma para poder extender los Estándares de Negocio a toda la compañía. En primer lugar, revisamos el material producido en 2011 y realizamos modificaciones para que los contenidos de la herramienta puesta a disposición del público interno puedan adaptarse a todos los negocios de ManpowerGroup, buscando resumir los Estándares para facilitar su comprensión y vinculación con la gestión diaria.

El manual resultante incluye el detalle y explicación de los principios y el marco teórico de su necesidad y ámbito de aplicación. Como complemento a la entrega individual de la herramienta, todos nuestros colaboradores realizaron un curso dentro de nuestra plataforma online con ejemplos concretos vinculados con el trabajo diario y se incluyó su presentación dentro del curso de inducción.

A su vez, creamos una certificación para los líderes de sucursales y Casa Central, para asegurar su cumplimiento en los equipos de trabajo.

## NUESTRA ESTRATEGIA Y GESTIÓN RESPONSABLE DEL NEGOCIO

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

Nos interesamos por 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 colaboradores, clientes y proveedores a tomar un compromiso activo por la diversidad y la inclusión laboral enfocados a diferentes grupos en desventaja: personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, personas refugiadas, mujeres que buscan reinsertarse en el mercado laboral y personas mayores de 45 años.<sup>4</sup>

Desarrollamos siete programas de inclusión laboral:

- Oportunidades para Todos
- Juntos por los Jóvenes
- Sin Fronteras
- La Mujer en la Empresa Contemporánea
- Mayores Talentos. Valorando la experiencia
- Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales
- Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo



### Celebramos cinco años Construyendo Puentes

En 2012 celebramos la quinta edición de nuestra iniciativa "Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo" invitando a las empresas cliente a crear valor social compartido, evaluando cuál es el mejor candidato para un puesto no sólo por el perfil, sino también valorando la posibilidad de comprometerse activamente promoviendo la inclusión y la diversidad en su organización, dando una oportunidad a una persona en desventaja.

De esta forma, brindamos una oportunidad a personas que en procesos habituales de selección de recursos humanos no suelen ser consideradas.

Junto a clientes, empleados, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, funcionarios de gobierno y proveedores, reconocimos a 34 empresas de todo el país y 20 sucursales y colaboradores de ManpowerGroup como "Socios en la Inclusión". En total, desde 2008, más de 100 empresas cliente y 80 sucursales y colaboradores fueron reconocidos.

Este año por primera vez otorgamos menciones especiales a organizaciones promotoras de la Responsabilidad Social y medios especializados en Sustentabilidad y RSE por la promoción de eventos inclusivos en los que propiciaron que personas provenientes de los programas desarrollen las tareas de asistencia y acreditación.



Alexis Natali, Cecilia Rena y Natalia Spizuoco (Grupo Arcor) reciben el reconocimiento como "Socios en la Inclusión".



<sup>4</sup> Para mayor información ver páginas 26 a 34 de este Reporte.

## Consultoría en Diversidad e Inclusión

La gestión del capital humano en las empresas se ha convertido en un factor vital para el éxito de los negocios. En la actualidad una compañía es sustentable sólo en la medida que se comprometa con su público interno y genere vías de acceso que favorezcan la diversidad laboral.

Este año la propuesta existente de Consultoría en Discapacidad fue adaptada, creándose una propuesta más amplia de Consultoría con el fin de acompañar y asesorar a las empresas cliente de ManpowerGroup en su acercamiento a la diversidad en el ámbito laboral.

Nuestra Consultoría incluye todas las acciones posibles para el diseño e implementación de un programa integral de inclusión: análisis de la cultura corporativa y el entorno laboral, capacitación en diversidad a ejecutivos, desarrollo de propuestas como adecuación a un puesto de trabajo hasta el servicio de outplacement.

## Rechazo de prácticas de empleo abusivas<sup>5</sup>

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

## ESPACIOS DE GESTIÓN

Generamos alianzas con organizaciones de la sociedad civil, cámaras, instituciones académicas y sector público para construir juntos un mercado laboral inclusivo. A su vez, participamos de encuentros donde difundimos, concientizamos y capacitamos sobre la importancia de la gestión responsable del negocio.

Bajo nuestro programa “Aliados en Educación y Trabajo”, capacitamos en universidades y escuelas técnicas sobre nuestro conocimiento del mundo del trabajo. Durante 2012 mantuvimos convenio con 20 instituciones educativas de todo el país, participamos de 2 capacitaciones y asistimos a 9 ferias de empresas, asumiendo un compromiso activo con las nuevas generaciones.

## Alianzas estratégicas:<sup>6</sup>

**1983:** AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina.

**2001:** Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA).

**2003:** VALOS, con sede en Mendoza.

**2003** IARSE – Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, con sede en Córdoba.

**2004:** Adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas e incorporación en la Red de Empresas local.

Incorporación en instancias fundacionales del Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad.

**2007:** Incorporación a la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y a su cuerpo de gobierno.

**2007:** Alianza con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).

**2007:** Ingreso al Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS).

**2008:** IDEA - Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina.

**2010:** Ingreso al Club IFREI, Empresas Familiarmente Responsables.

María Amelia Videla, Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, fue designada como directora de la División de Responsabilidad Social Empresaria de IDEA, y continúa presidiendo al mismo tiempo, el Comité de Sustentabilidad de AMCHAM.

## RECONOCIMIENTOS 2012

- 5° puesto en la categoría Gestión orientada a la Sustentabilidad del Premio Ciudadanía Empresaria organizado por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos (AMCHAM).
- Reconocimiento a Alfredo Fagalde, Director General, como “Líder empresario de la década” por su permanente fomento y promoción de la RSE y la Sustentabilidad, otorgado por ComunicaRSE.
- ManpowerGroup Argentina entre las cuatro empresas más comprometidas con la RSE y la Sustentabilidad de la última década en el marco de la investigación “Diez años de RSE en Argentina. En el camino hacia la sustentabilidad” que reúne la opinión de más de 100 líderes de opinión de empresas, tercer sector, medios, academia, Estado y otros.
- Reconocimiento por nuestra contribución a la labor emprendida por la Fundación Junior Achievement en la provincia de Córdoba.
- Acreditación IFREI - Índice Internacional de Empresas con Responsabilidad Familiar Corporativa otorgado por el Centro de Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School, y el Centro Internacional del Trabajo y Familia del IESE Business School de la Universidad de Navarra.
- Única compañía de provisión de servicios para el mercado laboral dentro del ranking “Empresas más responsables con mejor Gobierno Corporativo” del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa publicado por la revista Mercado.
- Primera en la actividad en el “Olimpo de las Marcas” de la Revista Mercado (método Brand Value).
- Primera en sector Consultoría del ranking “Las 1000 empresas líderes” de la revista Prensa Económica.
- Primera en la actividad en el Ranking de “Desempeño on line de las Empresas” de la revista Mercado.
- Única empresa de Recursos Humanos en el ranking de “Las 100 Empresas con Mejor Imagen” de la revista Apertura.



**Reconocimiento a ManpowerGroup a nivel global por la integración de la sostenibilidad en su estrategia corporativa.**

La empresa fue incluida por quinto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability Index, manteniendo su liderazgo sustentable en el sector de servicios empresariales; fue rankeada entre las 16 empresas más verdes de Estados Unidos de acuerdo a Newsweek Magazine; y calificada como uno de los mejores ciudadanos corporativos de 2012 por parte de la revista Corporate Responsibility. A su vez, nuestra casa matriz fue reconocida nuevamente por el Instituto Ethisphere como una de las Compañías Más Éticas del Mundo, e integra por cuarto año consecutivo el Índice FTSE4Good, que evalúa el desempeño de las empresas reconocidas por su comportamiento socialmente responsable a nivel mundial.

A la hora de realizar la revisión anual del DJSI, en esta edición 2012 se incluyeron algunos cambios. La cadena de abastecimiento y los estándares exigidos a los proveedores en materia social y ambiental se incorporaron como criterios de medición. También se incluyó una revisión de la materialidad de los reportes de sustentabilidad y en gestión de Recursos Humanos, se focalizaron por primera vez en indicadores de retención femenina y de igualdad de salarios. Se evaluó, incluso, si las compañías siguen los Principios de Ruggie en materia de Derechos Humanos.

“RESULTA INSPIRADORA PARA NUESTRA GESTIÓN LOCAL, LA CONSISTENCIA OBTENIDA POR LA PERFORMANCE GLOBAL DE LA COMPAÑÍA EN MATERIA DE SUSTENTABILIDAD, CUANDO EN ESPECIAL SE PROFUNDIZA EL FOCO EN ASPECTOS DE PRIORIDAD ABSOLUTA PARA LA ESTRATEGIA DE NUESTRA OPERACIÓN. SIN DUDA REFUERZA LA ORIENTACIÓN DE NUESTROS ESFUERZOS”.

MARÍA AMELIA VIDELA

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD Y ASUNTOS PÚBLICOS DE MANPOWERGROUP ARGENTINA



Alfredo Fagalde, Director General, recibe el reconocimiento de “Líder empresario de la década” de parte Alejandro Langlois y Pablo Leidi, directores de ComunicaRSE.



Alejandro Bottan, Presidente de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina, Diego Santilli, Ministro de Ambiente y Espacio Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Vilma Socorro Martínez, Embajadora de los Estados Unidos en Argentina, entregan el 5° puesto por la Gestión Orientada a la Sustentabilidad a las autoridades de ManpowerGroup.

5. Para mayor información sobre este tema ver páginas 22 a 25 de este Reporte.  
6. Para mayor información sobre los aliados de ManpowerGroup Argentina visitar: [www.manpowergroup.com.ar/sust\\_alianzas.html](http://www.manpowergroup.com.ar/sust_alianzas.html)



Colaboradores de la sucursal Banking.

06

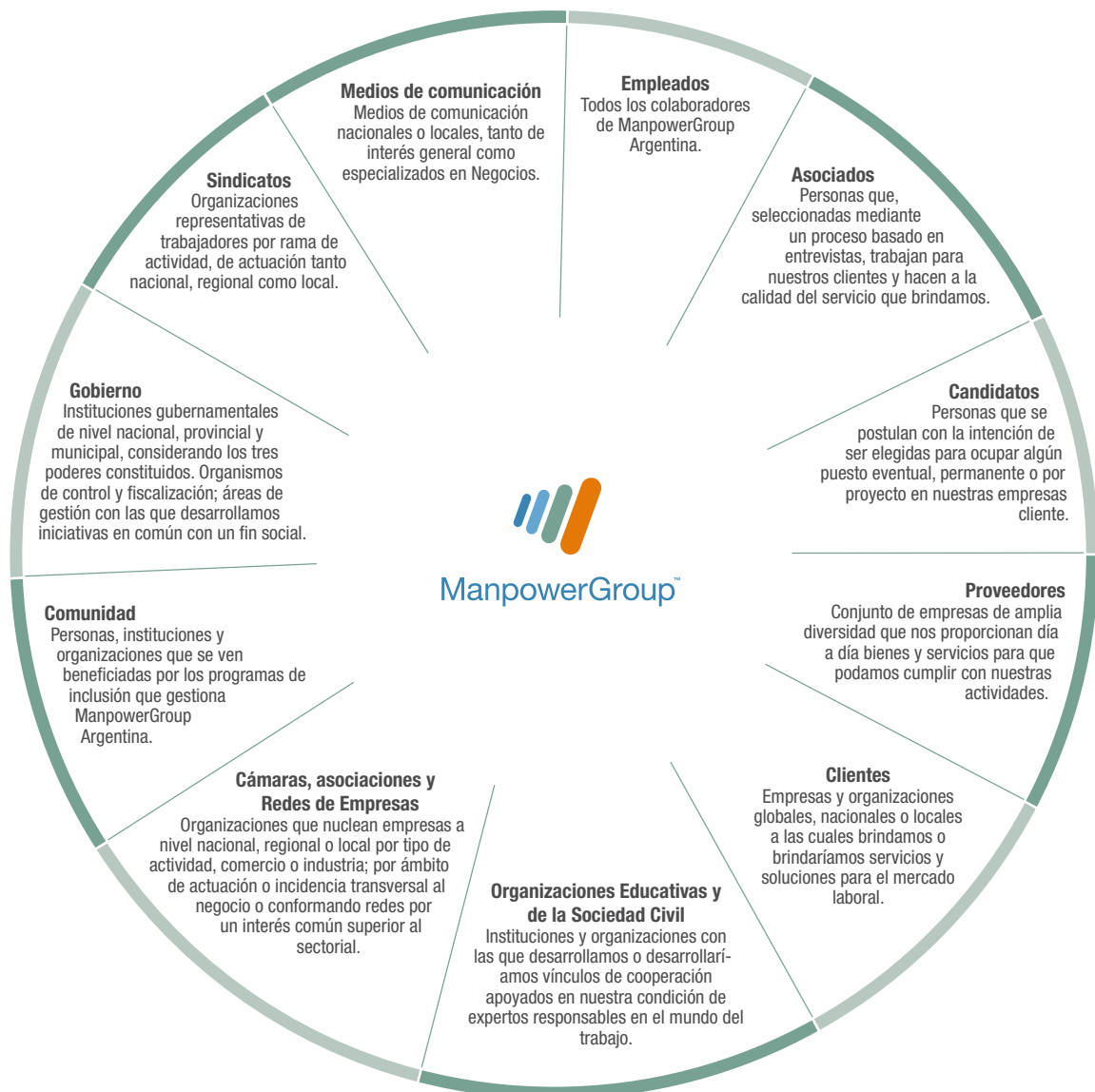
## IDENTIFICACIÓN E INVOLUCRAMIENTO CON LAS PARTES INTERESADAS

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Mapeo de los grupos de interés de ManpowerGroup	El Comité de Dirección realizó un mapeo detallado de los grupos de interés de la empresa para conocerlos más y mejorar su vínculo con ellos.	4.5 5.3 6.2	4.14 4.15	
Diálogos con nuestros grupos de interés	Realizamos dos diálogos con empleados, proveedores, aliados en programas de RSC, prensa especializada y referentes expertos de otras empresas para conversar sobre este Reporte y la relación con ManpowerGroup.	4.5 5.3 6.2	4.16	
En la voz de nuestros grupos de interés	Relevamos testimonios de nuestros grupos de interés para conocer el impacto que genera nuestra gestión sobre ellos.	4.5 5.3 6.2	4.16 4.17	

### MAPEO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE MANPOWERGROUP

Con el objetivo de generar un mayor y eficaz impacto en las personas, empresas y organizaciones con las cuales nos relacionamos a partir de la gestión de nuestro negocio, este año realizamos junto al Comité de Dirección un mapeo de los grupos de interés de ManpowerGroup Argentina.

Para ello convocamos a nuestro Comité de Dirección a un taller donde definimos los actores sociales con los cuales la empresa tiene una relación directa e indirecta, y analizamos su vínculo actual y potencial a partir de diferentes variables. De esta forma, pudimos profundizar el conocimiento sobre nuestros públicos clave, para así poder desarrollar procesos que afiancen dicha relación y mejoren la gestión de sustentabilidad de la empresa.



## DIÁLOGOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En el marco del proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad donde evaluamos los contenidos que tendrá esta publicación, durante 2012 convocamos a 38 personas representantes de diferentes grupos de interés: empleados de ManpowerGroup Argentina, proveedores, aliados en programas de diversidad, prensa especializada y referentes expertos de otras empresas.

Organizado a través de dos encuentros presenciales, ellos nos dieron sus opiniones sobre el Reporte de Sustentabilidad 2011 y manifestaron sus expectativas para este documento. En total relevamos 18 expectativas que tuvimos en cuenta para la realización de este Reporte 2012.

Estos diálogos fueron realizados según el estándar de relación con grupos de interés AA1000SES, que forma par-

te de la Serie AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical Accountability, Reino Unido), y se suman a los 11 diálogos organizados años anteriores en donde participaron 158 personas, quienes nos permiten seguir mejorando este documento.

Además, en estos encuentros realizamos un ejercicio en el cual los participantes ordenaron diferentes temas relacionados con la sustentabilidad y el negocio de ManpowerGroup según importancia para la gestión de la empresa y su comunicación en este Reporte.<sup>7</sup>

A su vez, realizamos un diálogo con 30 proveedores donde además de conversar sobre el Reporte, escuchamos activamente sus opiniones y expectativas sobre la relación con ManpowerGroup.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Para mayor información ver capítulo "Sobre este Reporte" donde se detalla este ejercicio y el proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad.

<sup>8</sup> Para más información ver sección "Promoción de la Responsabilidad Social con la cadena de valor" (páginas 55 a 57 de este Reporte).

## EXPECTATIVAS SURGIDAS /

Simplificar el diseño ya que el tono oscuro dificulta la lectura.	✓
Simplificar el lenguaje del resumen.	✓
Mejorar los colores del semáforo de la Tabla GRI y del cuadro del capítulo de objetivos y desafíos.	✓
Diferenciar los capítulos por colores.	✓
Aclarar en el capítulo de "Cumplimiento de objetivos" que son definidos internamente por la empresa.	✓
Agregar numeración a los capítulos.	✓
Homogeneizar las carátulas para que se puedan distinguir los capítulos.	✓
Justificar variaciones interanuales de indicadores cuantitativos en los cuadros.	✓
Aumentar la distribución de la información del Reporte en las redes sociales.	✓
Incluir indicadores de seguimiento para las respuestas a las expectativas del diálogo con proveedores.	✓
Agregar información sobre el análisis de materialidad del Reporte.	✓
Incluir en los cuadros y gráficos la referencia de los años.	✓
Dar información de contexto del mercado laboral o dar referencias sobre los informes que publica la empresa sobre este aspecto.	✓
Incorporar la definición de sustentabilidad en el Reporte.	✓
Seguir publicando el Reporte porque permite observar y evaluar de mejor manera los contenidos y el diseño.	✓
Evaluar la impresión para que sea ecoamigable.	✓
Equilibrar la información incluida en el capítulo de medioambiente con el resto de los capítulos. <sup>9</sup>	🔄
Adaptar el reporte a una versión online o multimedia y para teléfonos móviles. <sup>10</sup>	🔄

🔄 En proceso

## EN LA VOZ DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

### EMPLEADOS

Para mí, ser voluntaria significa poder aportar un granito de arena desde lo que sé, desde lo que hago en mi lugar de trabajo.

Puedo decir que cada vez que he participado de encuentros o talleres con grupos vulnerables, siento que algo cotidiano para mí puede ser de gran ayuda para otros. Me hace tomar conciencia de que trabajamos en una compañía que brinda oportunidades que pueden llegar más lejos e incluir a sectores de la población que han quedado excluidas del mercado laboral.

Pienso que ser voluntario enriquece el trabajo diario y amplía notablemente nuestra forma de ver las cosas.

*Estefanía Calderón, departamento de RRHH de ManpowerGroup Argentina*

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El mayor reto para muchas organizaciones sigue siendo todavía integrar la sostenibilidad al ADN del negocio. ManpowerGroup es una de las pocas compañías argentinas que ha logrado llevar este ideal a su práctica diaria, al ser una organización centrada en su gente al mismo tiempo que atiende las necesidades de sus stakeholders a partir del diálogo abierto. Se puede afirmar que la creatividad está presente en ManpowerGroup, desde alianzas con los distintos sectores para la inclusión laboral de personas en situación de vulnerabilidad, hasta la visión de la empleabilidad como potencial para transformar a la sociedad y crear valor compartido.

*Valeria Garrone, directora de Visión Sustentable*

### PROVEEDORES

Hay que destacar la formidable organización que caracteriza a Manpower en el diálogo con sus proveedores. Para Acqua Vending Argentina fue una experiencia enriquecedora y de gran valor.

Como proveedores, destacamos este tipo de iniciativas que tienden a facilitar la concientización de la responsabilidad social empresarial, permitiendo y fomentando a las organizaciones que anhelan un país con igualdad de oportunidades.

Será muy grato para nosotros poder participar de futuras convocatorias.

*Alejandro Elizondo, Director de Acqua Vending Argentina*



## CLIENTES

El programa de inclusión que tenemos en alianza con Manpower y el cual iniciamos hace ya 5 años, ha significado para nosotros una muestra más de que trabajamos día a día por una cultura inclusiva. Las personas que han ingresado bajo este programa han demostrado su capacidad de superarse día a día, y desarrollar su carrera en un ambiente donde el límite de crecimiento se lo pone cada integrante. Manpower, como socio fundamental, nos ha ayudado a que este programa sea un éxito. Desde su acompañamiento continuo durante los primeros meses de ingreso de la persona, el acompañamiento al grupo y al líder que serán parte del ambiente de trabajo.

*Verónica Spirito, Responsable Administración y RRHH de Odebrecht Argentina*

## COMUNIDAD

Soy Natalia (30 años), mamá de Micaela (16 meses). Hace ya un año y medio que no encuentro un empleo estable. Pasé por varias entrevistas durante este tiempo pero a la hora de decir que soy madre, los horarios se complican y las posibilidades de acortan.

Llegué al taller de Manpower a través de Materna, portal al que me encuentro asociada, con la expectativa de encontrarme con otras mamás y compartir una charla informativa, llevar un CV y formar parte de una base de datos. Lo bueno fue que además de encontrarme con todo eso, me recibió un equipo de personas que me brindaron las herramientas necesarias para enfrentar esta situación. Salí de ese taller con muchas expectativas. Esta experiencia renovó mis esperanzas hasta encontrar el empleo que estoy buscando.

*Natalia Fernández, participante de "La mujer en la empresa contemporánea"*

## ASOCIADOS

Después de postularme por distintos medios en infinidad de ofertas laborales, accedí a la página web de Manpower y descubrí el programa de Responsabilidad Social "Oportunidades para Todos". Leí atentamente y envié mi CV. Para mi sorpresa la respuesta no se hizo esperar y acordamos una entrevista. Mis expectativas de ser tenida en cuenta no eran altas dadas las limitaciones que me impone mi enfermedad, por lo que fue una gran sorpresa cuando en menos de un mes me ofrecieron la oportunidad de postularme para un puesto en un banco.

Los primeros tiempos fueron de capacitación, lo que me permitió ganar confianza, y apenas al mes me propusieron un nuevo puesto con mayores responsabilidades.

Estoy muy agradecida a Manpower, que supo encontrar el lugar adecuado para desplegar mis capacidades.

*Lilian Bracco, asociada en empresa cliente de sucursal Banking*

## GOBIERNO

La OAVL (Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral) se ha creado con la finalidad de promover políticas públicas orientadas a la prevención, difusión de la problemática e intervención ante situaciones de violencia laboral, tanto en el ámbito público como privado.

En 2012 hemos firmado un acta compromiso con más de 60 organizaciones empresariales.

Cuando hablamos de Violencia Laboral estamos haciendo referencia a los Derechos Humanos y a la dignidad de las personas.

Las organizaciones firmantes se comprometen a adoptar medidas de prevención y atención de la violencia laboral mediante estrategias de difusión de información y/o capacitación sobre el tema, a promover el trabajo digno en sus organizaciones, a fomentar la negociación colectiva para establecer políticas de prevención y tratamiento en el ámbito laboral, y a contribuir con las investigaciones que lleva adelante la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio, para aportar un mayor conocimiento a nivel nacional.

*Dra. Patricia Saenz, Coordinadora de la OAVL, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación*

## ORGANIZACIONES EDUCATIVAS Y DE LA SOCIEDAD CIVIL

En Diagonal trabajamos por la reinserción laboral y social de personas mayores de 45 años. Desde hace 4 años, llevamos adelante una alianza estratégica con Manpower. Es muy importante para los participantes de nuestro programa contar con una instancia de taller en una consultora como Manpower para seguir formándose en lo laboral y actualizarse en las últimas tendencias del mercado al cual intentan reingresar. Esperamos continuar con esta alianza y seguir armando proyectos que nos incluyan a ambas partes para seguir generando oportunidades que ayuden a que cada vez más gente adulta esté trabajando y más empresas estén concientizadas del valor del trabajo en equipos integrados por personas de múltiples generaciones.

*Lucía Jakobs, Coordinadora de Programas de Diagonal Asociación Civil*

9. Buscamos equilibrar la información incluida en todos los capítulos. Particularmente, el de "Medioambiente" es considerado un tema de menor relevancia para los grupos de interés y la empresa. Tenemos como desafío para 2013 avanzar en la gestión ambiental asignando este proyecto a un área específica.

10. El Reporte cuenta con su versión digital en formato PDF dentro de nuestro sitio web [www.manpowergroup.com.ar](http://www.manpowergroup.com.ar)



Cierre del ciclo de formación sanitaria en el marco del programa "Huella Solidaria" en Santiago del Estero.

07

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

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial	
Nuestra visión y gestión de Derechos Humanos	Desarrollamos nuestras actividades con foco en el valor "Gente", desde un marco de cumplimiento del Código de Conducta y lineamientos internacionales a los que adherimos.	4.8 6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.9 6.8.9	6.3.10 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8 6.8.5 6.8.6 6.8.7	1.2 4.12 4.13 EC9 HR6 HR7	Principio 1 al 6
Trata de personas	Somos socios fundadores de la Coalición Empresarial Global contra la Trata de Personas con el objetivo de crear herramientas prácticas para contribuir al conocimiento, concientización, prevención y lucha contra la trata de personas.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7	6.3.10 6.4.3 6.6 6.6.4 6.6.6 6.8.3	4.12 4.13 HR1 HR2 HR6 HR7	Principio 1 al 6
Trabajo infantil	Participamos activamente en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil y concientizamos a nuestra cadena de valor.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7	6.3.10 6.4.3 6.6 6.6.4 6.6.6 6.8.3	4.12 4.13 HR1 HR2 HR3 HR6	Principio 1 al 5
Violencia laboral	Firmamos con la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación el Acta Acuerdo "Por un trabajo digno sin violencia laboral" y realizamos concientización con todos nuestros públicos.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7	6.3.10 6.4.3 6.6 6.6.4 6.6.6 6.8.3	4.12 4.13 HR1 HR2 HR6	Principio 1 al 6

## NUESTRA VISIÓN Y GESTIÓN DE DERECHOS HUMANOS

Desde nuestros inicios, nuestra gestión estuvo basada en la prestación de servicios con un total compromiso por las personas y su bienestar, y por el cumplimiento de principios de sustentabilidad y ética.

Para ello, desarrollamos nuestras actividades con foco en el valor “Gente”, desde un marco de cumplimiento del Código de Conducta y lineamientos internacionales a los cuales adherimos. Entre ellos:

- Adherimos a los Principios Éticos de Atenas, adoptando la política de tolerancia cero respecto a la trata de personas.
- Firmamos una carta de intención con la OIM (Organización Internacional para las Migraciones) por la cual nos comprometemos a brindar asesoramiento y capacitación laboral a víctimas de trata con el fin de apoyar el proceso de integración local y disminuir las posibilidades de re-victimización.
- Tenemos una alianza con el ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados), que reconoce a nuestra compañía como “Empresa Solidaria con las personas refugiadas en Argentina”.
- Adherimos a los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas que trata directamente los Derechos Humanos en tres de sus principios e indirectamente en los siete restantes.

Este es un compromiso de toda la compañía, en el cual la participación activa de la Alta Dirección es fundamental para su cumplimiento en las actividades cotidianas de nuestro negocio.

## NUESTRA POSICIÓN Y COMPROMISO: LA RESPONSABILIDAD DE RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS<sup>11</sup>

### ManpowerGroup defiende...

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

### ManpowerGroup rechaza...

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



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



## ACCIONES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

### Trata de personas

Desde ManpowerGroup buscamos contribuir con la lucha contra la trata de personas desde la concientización a empleados y proveedores, identificación y prevención de trabajo forzoso en la cadena de suministro; y en la comunicación y transferencia de buenas prácticas.

La trata de personas es un problema global que solo puede ser erradicado movilizando soluciones globales. En este marco, en 2012 desde nuestra casa matriz formalizamos nuestra alianza a nivel internacional<sup>12</sup> con ocho empresas que trabajan estos temas y formamos la Coalición Empresarial Global contra la Trata de Personas<sup>13</sup> (GBCAT, de acuerdo a su sigla en inglés), con el objetivo de crear herramientas prácticas para contribuir al conocimiento, concientización, prevención y lucha contra la trata de personas.

El Marco Ético que proponen ManpowerGroup y Verité para la contratación laboral transfronteriza ofrece un “check-list” de las “Normas específicas de práctica ética” para las empresas que intervienen en la contratación de trabajadores extranjeros, que están diseñadas para proteger a los trabajadores contra los patrones específicos de la vulnerabilidad y el abuso.<sup>14</sup>



*La elevación del compromiso de Manpowergroup a través de su involucramiento en espacios de cooperación con otros actores relevantes a nivel global, confirma que nuestro trabajo en Argentina - sosteniendo esta agenda interna y externamente - seguirá contando con un marco de buenas prácticas y aprendizajes tal como el que ofrece la iniciativa de nuestra Compañía con la organización no gubernamental de derechos humanos Verité.*

María Amelia Videla

Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos de ManpowerGroup Argentina

### Trabajo infantil

Formamos parte, desde el año 2007, de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación y asumimos un rol activo en la Subcomisión de Sistematización e intervención comunitaria.

Conmemorando el Día Mundial contra el Trabajo Infantil, impulsado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) con el objetivo de resaltar y dar visibilidad a las tareas del movimiento mundial en favor de



Encuentro de comunicados rurales del programa “Huella Solidaria” en Santiago del Estero



su prevención y erradicación, compartimos con todos nuestros empleados y toda la cadena de valor la comunicación preparada por la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil.

A su vez, ponemos foco en el desarrollo de acciones para contribuir con la erradicación del trabajo infantil a través del programa Huella Solidaria.<sup>15</sup>

Otra de las iniciativas relacionadas con esta problemática es nuestra colaboración, por séptimo año consecutivo, en el programa Educar en Vendimia impulsada e implementada por el municipio de Tupungato, Mendoza, junto a Bodegas Chandon, Catena Zapata y ALCO-Canale. A partir de esta iniciativa socio-educativa, más de 50 niños y jóvenes, hijos de cosechadores locales y migrantes disfrutaron de diversas actividades recreativas y educativas durante el tiempo de cosecha en el que sus padres trabajaron.



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



Actividades de formación sobre violencia laboral junto a familias de asociados para el negocio rural.

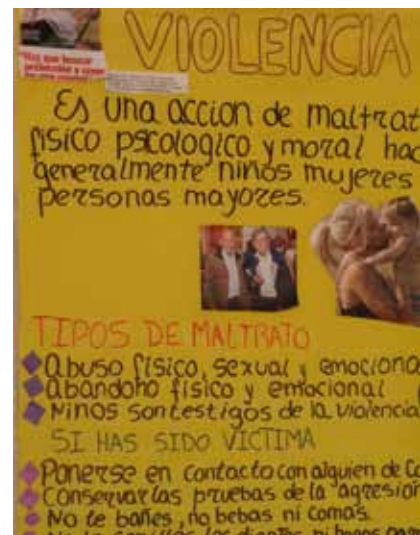
## Violencia laboral

Este año firmamos con la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación un Acta Acuerdo "Por un trabajo digno sin violencia laboral". En este marco, asumimos un rol activo en la elaboración de la propuesta de difusión "Trabajo digno sin violencia laboral" y participamos de encuentros de capacitación y debate.

Para 2013, tenemos como desafío aplicar la campaña de Prevención de Violencia Laboral en toda la cadena de valor y organizar capacitaciones en conjunto con la OAVL.



Actividades de formación sobre violencia doméstica junto a familias de asociados para el negocio rural.



12. Los miembros fundadores son: Carlson, Coca-Cola, Delta Air Lines, ExxonMobil, LexisNexis, ManpowerGroup, Microsoft, NXP y Travelport.

13. Para más información visitar: [www.gbcat.org](http://www.gbcat.org)

14. Para más información visitar: [www.verite.org](http://www.verite.org)

15. Para mayor información sobre nuestro programa "Huella Solidaria" ver página 34.



Alumnos de escuelas rurales de Santiago del Estero reciben a los voluntarios de ManpowerGroup Argentina.

08

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

PROGRAMAS	Clientes	Asociados	Empleados	Comunidad	Gobierno	ONGs	Universidad	Organismo Internac.
Oportunidades para Todos	●	●	●	●	●	●	●	●
Juntos por los Jóvenes	●	●	●	●	●	●	●	●
Huella Solidaria	●	●	●	●	●	●	●	●
La Mujer en la Empresa Contemporánea	●	●	●	●	●	●	●	●
Entrelazados	●	●	●	●	●	●	●	●
Sin Fronteras	●	●	●	●	●	●	●	●
Mayores Talentos	●	●	●	●	●	●	●	●

Secciones	/ Resumen	/ Secciones de la ISO 26000	/ Indicadores GRI	/ Principios del Pacto Mundial
Entrelazados*	Programa de voluntariado corporativo, base para la gestión de nuestros programas de inclusión laboral.	6.2 6.7.8 6.3 6.8 6.3.5 6.8.5 6.3.9 6.8.6 6.6.6 6.8.7 6.6.7 6.8.9	4.12 4.16 EC9 HR3 SO1	Principio 1 al 6
Oportunidades para Todos*	Promoción de la inserción laboral de personas con discapacidad.	6.2 6.7.8 6.3 6.8 6.3.5 6.8.5 6.3.9 6.8.6 6.6.6 6.8.7 6.6.7 6.8.9	4.12 HR3 4.13 SO1 4.16 EC9	Principio 1 al 6
Juntos por los Jóvenes*	Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.	6.2 6.7.8 6.3 6.8 6.3.5 6.8.5 6.3.9 6.8.6 6.6.6 6.8.7 6.6.7 6.8.9	4.12 HR3 4.13 SO1 4.16 EC9	Principio 1 al 6
Sin Fronteras*	Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.	6.2 6.8 6.3.9 6.8.5 6.6.6 6.8.6 6.6.7 6.8.7 6.7.8 6.8.9	4.12 SO1 4.13 EC9	Principio 1 al 6
Huella Solidaria*	Formación sanitaria y concientización para la erradicación del trabajo infantil a los trabajadores rurales asociados de ManpowerGroup.	6.2 6.6.6 6.3 6.6.7 6.3.3 6.7.8 6.3.4 6.8 6.3.5 6.8.3 6.3.7 6.8.4 6.3.9 6.8.5 6.3.10 6.8.6 6.4 6.8.7 6.4.6 6.8.8 6.8.9	4.12 4.13 4.16 EC9 LA8 HR6 SO1	Principio 1, 2, 4 y 5
La Mujer en la Empresa Contemporánea*	Promoción de la mujer en el mundo del trabajo con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar.	6.2 6.7.8 6.3 6.8 6.3.5 6.8.5 6.3.9 6.8.6 6.6.6 6.8.7 6.6.7 6.8.9	4.12 HR3 4.13 SO1 4.16 EC9	Principio 1 al 6
Mayores Talentos*	Orientación laboral y búsqueda de empleo para reinserción de personas mayores de 45 años.	6.2 6.8 6.3.9 6.8.5 6.6.6 6.8.6 6.6.7 6.8.7 6.7.8 6.8.9	4.12 SO1 4.13 4.16 EC9	Principio 1 al 6

\* Cuando es un tema material. Para más información ver el capítulo "Sobre este Reporte".



# Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

## PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO, BASE PARA LA GESTIÓN DE NUESTROS PROGRAMAS DE INCLUSIÓN

Desde su creación en 2005 nuestro programa de voluntariado se encuentra en permanente movilización. Su objetivo es que los empleados de ManpowerGroup Argentina asuman un rol activo en nuestros programas de inclusión, aportando su conocimiento, tiempo y contactos en favor de la empleabilidad de personas en desventaja.

Es así que nuestros voluntarios realizan diferentes tareas:

- Organizan y dictan talleres de formación sobre temáticas específicas relacionadas con el mundo del trabajo.
- Son capacitados en voluntariado y trabajo social.
- Realizan acompañamiento en el desarrollo laboral de los participantes de los programas.
- Generan vínculos para ampliar la red de aliados en cada zona, transfiriendo a las organizaciones sociales el conocimiento del mercado laboral, ayudando a identificar posibles contenidos de formación.
- Comparten experiencias entre voluntarios, transfiriendo conocimiento y alentando a otros a sumarse.

En 2012 realizamos dos capacitaciones presenciales enfocadas a dos perfiles clave para el desarrollo de esta iniciativa. Por un lado, realizamos un taller para 12 nuevos voluntarios donde se les presentaron los programas de inclusión de ManpowerGroup Argentina y el potencial aporte que tienen cada uno de ellos. Por otro lado, capacitamos a los líderes de la organización acerca del valor que el voluntariado corporativo tiene para nuestra compañía.

A su vez, organizamos dos “Diálogos Entrelazados” en los cuales participaron 25 empleados de diferentes sucursales con el objetivo de profundizar el conocimiento acerca de la inserción laboral de las poblaciones vulnerables. En estos encuentros se abordó la problemática de los adultos mayores junto a nuestro socio en la temática, la Asociación Civil Diagonal.

Ampliamos el trabajo de la Escuela de Formación Laboral, diversificando la oferta de actividades de formación acorde a las demandas del mercado. En total participaron de talleres y cursos 1.333 personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, personas refugiadas y personas mayores de 45 años.

## DÍA INTERNACIONAL DEL VOLUNTARIO

El 5 de diciembre festejamos el Día Internacional del Voluntario. Cuarenta voluntarios de Casa Central y Ciudad de Buenos Aires, acompañados por Gerentes y miembros del Comité de Dirección, se reunieron para festejar junto a sus compañeros y compartir una nueva edición del Anuario de actividades.

A su vez, este año, reconocimos a los voluntarios que se destacaron por su labor y compromiso durante todo el 2012. Así, 21 personas fueron distinguidas en las siguientes categorías: Líderes destacados; Líderes, sucursales y voluntarios comprometidos; Voluntarios creativos; y Voluntarios del Comité de Dirección con participación activa en el año.

Por su parte, las sucursales del interior del país recibieron ejemplares del Anuario Entrelazados y aprovecharon la oportunidad de compartirlo en los festejos locales.



Celebración del Día Internacional del Voluntario y entrega de reconocimientos en Casa Central.

RESULTADOS "ENTRELAZADOS"	/ 2010	/ 2011	/ 2012
Inversión total en horas de voluntariado (pesos) <sup>1</sup>	67.509	53.265	47.879
Cantidad total de horas de voluntariado	1918	1.230 <sup>2</sup>	931 <sup>2</sup>
% empleados involucrados	22.1%	21.5%	19.85%
Cantidad de empleados con rol activo	160	150	137
Gerentes y Directores	12	11	8
Mandos Medios	28	22	10
Personal no jerárquico	120	117	119
Cantidad de voluntarios capacitados	61	34	37

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

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

## Oportunidades para todos

### PROMOCIÓN DE LA INSERCIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Desarrollamos este programa desde 2004 con el objetivo de promover la diversidad e inclusión en el mundo del trabajo, poniendo énfasis en la inserción laboral de personas con discapacidad. A su vez, acompañamos y asesoramos a las empresas en los procesos de inclusión laboral de personas con discapacidad.

Actualmente contamos con una base de datos de más de 2.300 personas con discapacidad que han sido entrevistadas y evaluadas por nuestro equipo de profesionales.

A través de nuestra Escuela de Formación Laboral les brindamos herramientas que favorecen su inserción en el mundo del empleo. Este año capacitamos a 114 personas.

Organizamos un desayuno con asociados para generar un espacio de escucha acerca de cómo se sienten en sus actuales empleos, y otro con candidatos profesionales con el objetivo de dar un espacio a personas que no logran conseguir un trabajo para conocer como están realizando el proceso de búsqueda y asesorarlos para tal fin.

Este año realizamos un curso virtual por e-learning, en el cual participaron 228 empleados de ManpowerGroup de todo el país con el objetivo de formarse y actualizarse sobre las herramientas necesarias para implementar un proceso de selección de personas con discapacidad.

### ALIANZAS:

#### Gobierno:

- Comisión para la Plena Integración de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas con Discapacidad (CONADIS).
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires.
- Fundación UOCRA (Unión Obrera de la Construcción de la República Argentina).

En 2012 firmamos un convenio con la Fundación UOCRA con el objetivo de trabajar en conjunto en pos de mejorar la empleabilidad de personas con discapacidad.

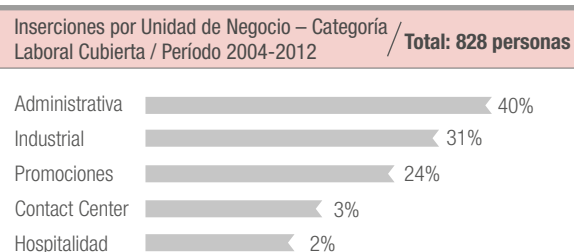
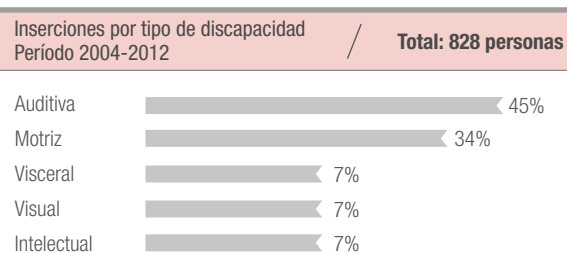
#### Organizaciones sociales:

- Programa de Capacitación e Inserción Laboral de la Población Ciega (AGORA).
- Instituto Villasoles.
- Centro Dar.
- Cascos Verdes.
- Fundación Step.

- CCRAI Centro de Capacitación y Recursos de Apoyo para la Inclusión, para personas con discapacidad intelectual.
- Fresenius.
- Instituto Súyay.
- Asociación Reumatoidea (Hospital Roca).

#### Instituciones Educativas:

- Escuelas especiales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Instituto Integral de Educación. Ciudad de Buenos Aires
- Escuela especial Nuestra Luz, Vicente López, Provincia de Buenos Aires



RESULTADOS "OPORTUNIDADES PARA TODOS"	/ 2010	/ 2011	/ 2012
<b>Con clientes</b>			
Cantidad de ejecutivos de empresas cliente que fueron capacitados en diversidad	135	606 <sup>1</sup>	99
Cantidad de talleres de concientización y capacitación en diversidad	9	30	8
Cantidad de nuevas empresas comprometidas	14	12	7
<b>Con los candidatos</b>			
Cantidad de personas con discapacidad que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup	78	113	58
Cantidad de personas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup desde la creación del Programa en 2004	635	768	826
Total de talleres para personas con discapacidad	25	26	12
Cantidad de personas capacitadas en los talleres	170	217	114
<b>Con nuestros empleados</b>			
Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en ManpowerGroup desde 2004	112	153	176
Horas de capacitación en temáticas de discapacidad	366	156 <sup>2</sup>	262 <sup>3</sup>
<b>Cantidad de horas de voluntariado</b>	<b>58</b>	<b>192<sup>4</sup></b>	<b>96</b>
<b>Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres</b>	<b>8</b>	<b>28</b>	<b>21</b>

1. El incremento respecto a los años anteriores se debe a que una empresa cliente capacitó en 2011 a todos sus colaboradores en diversidad e inclusión.

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

3. Para las horas de capacitación 2012 se contabilizaron dos capacitaciones vía e-learning y conferencia telefónica y una capacitación presencial del ciclo de actualización con foco en discapacidad. La disminución de horas se debe a que hasta el año 2010 se realizaban capacitaciones en discapacidad únicamente de forma presencial, las cuales demandaban varias horas. En 2011 se implementó el uso de capacitación virtual vía e-learning con el fin de capacitar a más empleados a nivel nacional y, a su vez, que cada persona pueda gestionar el momento en que la realiza.

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

# Juntos por los Jóvenes

## FORMACIÓN PARA LA EMPLEABILIDAD DE JÓVENES DE BAJOS RECURSOS

Desarrollamos este programa desde 2004, para mejorar la empleabilidad e inserción laboral de jóvenes de bajos recursos de entre 18 y 30 años de edad con acento en las competencias requeridas por el mercado laboral actual. Para ello trabajamos en los procesos de formación, realizamos seguimiento y los asesoramos en los procesos de postulación y posibles inserciones.

A su vez, generamos espacios de diálogo entre nuestros empleados y nuestros aliados a fin de que puedan planificar actividades de formación acorde a los requerimientos del mercado.

Durante 2012, continuamos trabajando en alianza con Dow Argentina en el marco de su programa "Buen Trabajo", destinado a la formación laboral de jóvenes de escuelas secundarias de la localidad de Ingeniero White, en Bahía Blanca. Por sexto año consecutivo, brindamos actividades de capacitación gratuita a 167 jóvenes a través de talleres dictados junto a 17 estudiantes voluntarios de la licenciatura en Recursos Humanos de la Universidad Católica de La Plata (sede Bahía Blanca).

Fuimos reconocidos por la organización Junior Achievement de Córdoba como la compañía con mayor participación en sus actividades, destacando el desempeño en sus múltiples iniciativas educativas.



Actividad de formación laboral para jóvenes de la localidad de Virreyes, San Fernando, provincia de Buenos Aires.

## ALIANZAS:

### Gobierno:

- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Municipalidad de Bahía Blanca (Provincia de Buenos Aires).

### Empresas:

- DOW Argentina (Programa "Buen Trabajo").
- Pepsico ("Red jóvenes con futuro").
- Fundación de Empresas de Servicios (FESER).

### Instituciones Educativas:

- Instituto Pedro Goyena (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Colegio Presidente Sarmiento (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- CEA 703/21 (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Escuela Técnica N°1 Gral. Belgrano (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Centro de Formación Profesional 401 (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Colegio Pio X (Provincia de Córdoba).
- Escuela Técnica Francisco Ramírez (Paraná, Provincia de Entre Ríos).
- Escuela Juan Manuel de Rosas (Paraná, Provincia de Entre Ríos).
- Escuela Técnica Bonifacio Velázquez (San Nicolás, Provincia de Buenos Aires).

### Organizaciones sociales:

- Fundación Cimientos.
- Asociación Civil Doncel.
- Fundación Uniendo Caminos.
- Fundación Pescar.
- Fundación Junior Achievement.
- Asociación Civil Puentes.
- Fundación A Ganar.
- Fundación Anpuy.

RESULTADOS "JUNTOS POR LOS JÓVENES"	/ 2010	/ 2011	/ 2012
Cantidad de jóvenes entrevistados en nuestras oficinas	150	129	40
Cantidad de talleres de formación laboral realizados	54	37	40
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral	929	644	906
Cantidad de jóvenes que participaron de los talleres de formación laboral desde el inicio del programa	4.250	4.894	5.800
Cantidad de escuelas técnicas involucradas	5	2	3
Cantidad de ONGs que participaron	10	9	10
Cantidad de provincias involucradas	15	14	11
Cantidad de horas de voluntariado	592	430	199
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	74	62	63

## La mujer en la empresa contemporánea

### PROMOCIÓN DE LA MUJER EN EL MUNDO DEL TRABAJO CON AGENTO EN LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR

Este programa fue concebido como un proceso de diálogo con nuestros grupos de interés:

- **Empresas** donde buscamos poner en la agenda de las Gerencias de Recursos Humanos el lugar que ocupa la mujer a en los procesos de selección para posiciones de mando, las posibilidades de capacitación y el de desarrollo de carrera.
- **Comunidad** para la cual dictamos talleres de orientación laboral para mujeres en proceso de reinserción laboral.
- **Público interno** con foco en las mujeres madres, a través de nuestro Plan Integral de Conciliación, dando respuesta a las necesidades de equilibrio de la vida laboral y familiar.<sup>16</sup>

Este año, en el marco del segundo Encuentro del Club IFREI del Centro CONFYE del IAE Business School y en virtud de la visita a Argentina de la Dra. Nuria Chinchilla del IESE Business School de España, nuestro Director General, Alfredo Fagalde fue invitado a participar en un panel de Directores Generales, moderado por el Dr. Marcelo Paladino, Director del IAE, sobre "Trabajo y Familia: el impacto de la conciliación en la cultura organizacional".

### ALIANZAS:

- Club IFREI (Centro ConFyE – IAE).
- Consultora Más Valores.
- Observatorio de la Maternidad.
- Portal Materna ([www.materna.com.ar](http://www.materna.com.ar)).
- Área de Género PNUD.

Durante 2012 realizamos junto a colaboradores, organizaciones aliadas y otras empresas, actividades de relacionamiento y difusión relativas al rol de la mujer en las organizaciones y las instancias que facilitan la conciliación de la vida familiar y laboral permitiendo su pleno desarrollo.<sup>17</sup>



Alfredo Fagalde, Director General, expone en el segundo encuentro anual del Club IFREI.



## Mayores Talentos. Valorando la experiencia.

### ORIENTACIÓN LABORAL Y BÚSQUEDA DE EMPLEO PARA LA REINSERCIÓN DE PERSONAS MAYORES DE 45 AÑOS

En la Argentina, quienes tienen entre 45 y 64 años son las personas a las que más tiempo les demanda conseguir un empleo.<sup>16</sup> Es por eso que lanzamos este programa en 2010 con el fin de concientizar a la sociedad sobre la “exclusión social invisible” de las personas mayores de 45 años desempleadas y brindarles herramientas de orientación laboral para su reinserción.

Nuestros voluntarios son los encargados de liderar los talleres de actualización sobre el mercado de trabajo a los

participantes del Programa de reinserción Laboral de la Asociación Civil Diagonal, nuestro socio en la temática.

En 2012, organizamos un encuentro con ejecutivos de 5 empresas cliente con el objetivo de continuar promoviendo la diversidad en el mercado laboral haciendo foco principalmente en la inserción de adultos mayores de 45 años. Este desayuno contó con la participación de la Asociación Civil Diagonal.

#### ALIANZAS:

- Fundación CIPPEC.
- Asociación Civil Diagonal.

RESULTADOS “MAYORES TALENTOS, VALORANDO LA EXPERIENCIA”	/ 2010	/ 2011	/ 2012
Cantidad de talleres de reinserción laboral realizados	10	9	10
Cantidad de adultos mayores de 45 años participantes de los talleres	200	150	109
Cantidad de adultos mayores de 45 años que asistieron a entrevista en las sucursales de ManpowerGroup	130	100	70
Cantidad de horas de voluntariado	72	36	18
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	18	11	55



Actividades de formación laboral para mayores de 45 años.



Actividades de formación laboral para mayores de 45 años.

16. Para más información ver sección “Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar” en las páginas 41 y 42 de este Reporte.

17. No se efectuaron actividades de orientación laboral a mujeres como parte de este programa en 2012, aquellas que tomaron parte lo hicieron dentro de las instancias propias de los otros programas como parte del colectivo jóvenes, mayores, o personas con discapacidad.

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

# Sin fronteras

## ORIENTACIÓN LABORAL A PERSONAS REFUGIADAS Y MIGRANTES EN ARGENTINA

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

Las personas refugiadas se encuentran legalmente habilitadas para trabajar en el mercado formal por contar con CUIL y permiso de residencia (precaria, No DNI). En la Argentina, el número de refugiados y solicitantes de asilo supera las 3.500 personas.

En este contexto, brindamos acompañamiento laboral y

provisión de herramientas para la búsqueda de empleo a las personas migrantes y refugiadas en el país.

Nuestras acciones abarcan capacitaciones sobre las características del mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo realizadas por nuestros voluntarios. Luego, las personas refugiadas acceden a entrevistas en nuestras sucursales según sus perfiles e intereses.

Desde 2007, más de 100 personas consiguieron empleo en empresas cliente.

### ALIANZAS

- ACNUR - Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados.
- Fundación Myrar: Migrantes y Refugiados en Argentina – Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

RESULTADOS “SIN FRONTERAS”	/ 2010	/ 2011	/ 2012
Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo	75	85	96
Cantidad de personas refugiadas que participaron de los talleres desde el comienzo del programa en 2007	375	460	556
Cantidad de talleres dictados	12 <sup>1</sup>	10 <sup>2</sup>	10 <sup>3</sup>
Cantidad de refugiados entrevistados en nuestras oficinas	60	72	52
Cantidad de personas refugiadas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup	15	10	22
<b>Cantidad de horas de voluntariado</b>	<b>72</b>	<b>54</b>	<b>39</b>
<b>Cantidad de voluntarios de Casa Central y sucursales</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

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

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

3. Se realizaron 10 talleres en la Ciudad de Buenos Aires.

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

Buscamos contribuir a la empleabilidad de los trabajadores rurales y sus familias en las zonas en las que operamos a través de acciones de formación sanitaria. A su vez, sensibilizamos a nuestros asociados y sus familias sobre la problemática del trabajo infantil agrícola y dictamos capacitación sobre derechos laborales.

Nuestro ciclo de formación se extiende desde marzo a septiembre, abordando temas como: Mal de Chagas, Tu-

berculosis, VIH - SIDA, Educación Sexual, Planificación y Violencia Familiar, Trabajo y Salud, Nutrición, y derechos y obligaciones de los trabajadores rurales, haciendo hincapié en uso de la Obra Social, el Renatre y el trabajo registrado.

Para el cierre de nuestras actividades en septiembre, 18 voluntarios visitaron las zonas en el marco del 5º encuentro de Comunidades Rurales. Participaron más de 50 ve-

cinos de las 4 comunidades de Santiago del estero involucradas: Villa Silípica, Villa Nueva, San Juan y San José. El objetivo de este encuentro fue generar un espacio de intercambio de experiencias para evaluar el impacto del proceso de formación y formalizar compromisos de trabajo en cada comunidad.

Por su parte, como todos los años, realizamos la Campaña Solidaria, en la cual recolectamos 494 pares de zapatillas para los hijos de nuestros trabajadores rurales donde 169 empleados de ManpowerGroup donaron en promedio tres pares por persona.

#### ALIANZAS:

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

Durante 2012, 3 alumnas de la carrera de Profesorado y Licenciatura de Educación para la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero participaron del proceso de formación sanitaria durante 4 meses, siendo esta experiencia una práctica profesional para su carrera.

RESULTADOS "HUELLA SOLIDARIA"	/ 2010	/ 2011	/ 2012
Cantidad de comunidades visitadas	10	8 <sup>1</sup>	4
Cantidad de encuentros del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre)	108	110	96
Cantidad de participantes del ciclo de formación sanitaria (abril-septiembre)	95	90	50
Cantidad de asociados capacitados en temáticas laborales	300	190	27
<b>Cantidad de horas de voluntariado</b>	<b>588</b>	<b>450</b>	<b>324</b>
<b>Cantidad de voluntarios que participaron de las actividades</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>14</b>

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



Vecinos y alumnos de las comunidades rurales de Santiago del Estero en el marco del programa "Huella Solidaria".



Jornada "ManpowerGroup con nuestros hijos" en Casa Central.

09

## ACCIONES CON EMPLEADOS

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Encuesta de Clima Laboral	Realizamos la Encuesta de Clima Laboral logrando un nivel de participación del 90%.	4.5 5.3 6.2	4.16 4.17	
Nuestras herramientas de comunicación interna	Acompañamos las iniciativas de mejora desarrolladas, potenciando el rol de los líderes como comunicadores y fomentando espacios de participación interna e intercambio.	4.5 5.3 6.2	4.16	
Capacitación	Llevamos a cabo instancias de capacitación orientadas a las necesidades de nuestros colaboradores alcanzando 7.079 horas de formación y 6.820 participaciones.	6.2 6.4.7 6.4 6.8.5	4.16 LA10 LA11	
Programas orientados al desarrollo	Extendimos las evaluaciones de desempeño al 100% de nuestros colaboradores, llevamos a cabo 165 reuniones de acompañamiento y realizamos el Programa de Desarrollo de Mandos Medios (PDM) y el de Desarrollo Gerencial (PDG).	6.2 6.4.7 6.4 6.8.5	4.16 LA11 LA12	
Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar	Buscamos dar respuesta a las necesidades de equilibrio entre la vida laboral y familiar de todos nuestros colaboradores con especial foco en las mujeres madres. Formamos parte del Club IFREI con el objetivo de fomentar la cooperación e intercambio de experiencias.	6.2 6.4.7 6.4 6.8.5	4.16 LA11	Principios 1
Programa de Reconocimiento Corporativo	"Manpower con Vos, reconociendo tus logros" es el nombre de nuestro Programa de Reconocimiento Corporativo, compuesto por 11 iniciativas diferentes.	6.2	4.16	
Diversidad en ManpowerGroup	Contamos con un Comité de Diversidad, que coordinó capacitaciones sobre diversidad e inclusión para 145 personas.	6.3 6.3.5	HR3	Principios 1 al 6
Salud y seguridad para nuestros empleados	Comprometidos con la salud y seguridad de nuestros empleados realizamos simulacros de evacuación y contamos con un grupo de líderes capacitados para manejar al personal ante situaciones de crisis.	6.4 6.8.3 6.4.6 6.8.4 6.8 6.8.8	LA6 LA7 LA8	Principios 1



## VISIÓN Y MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

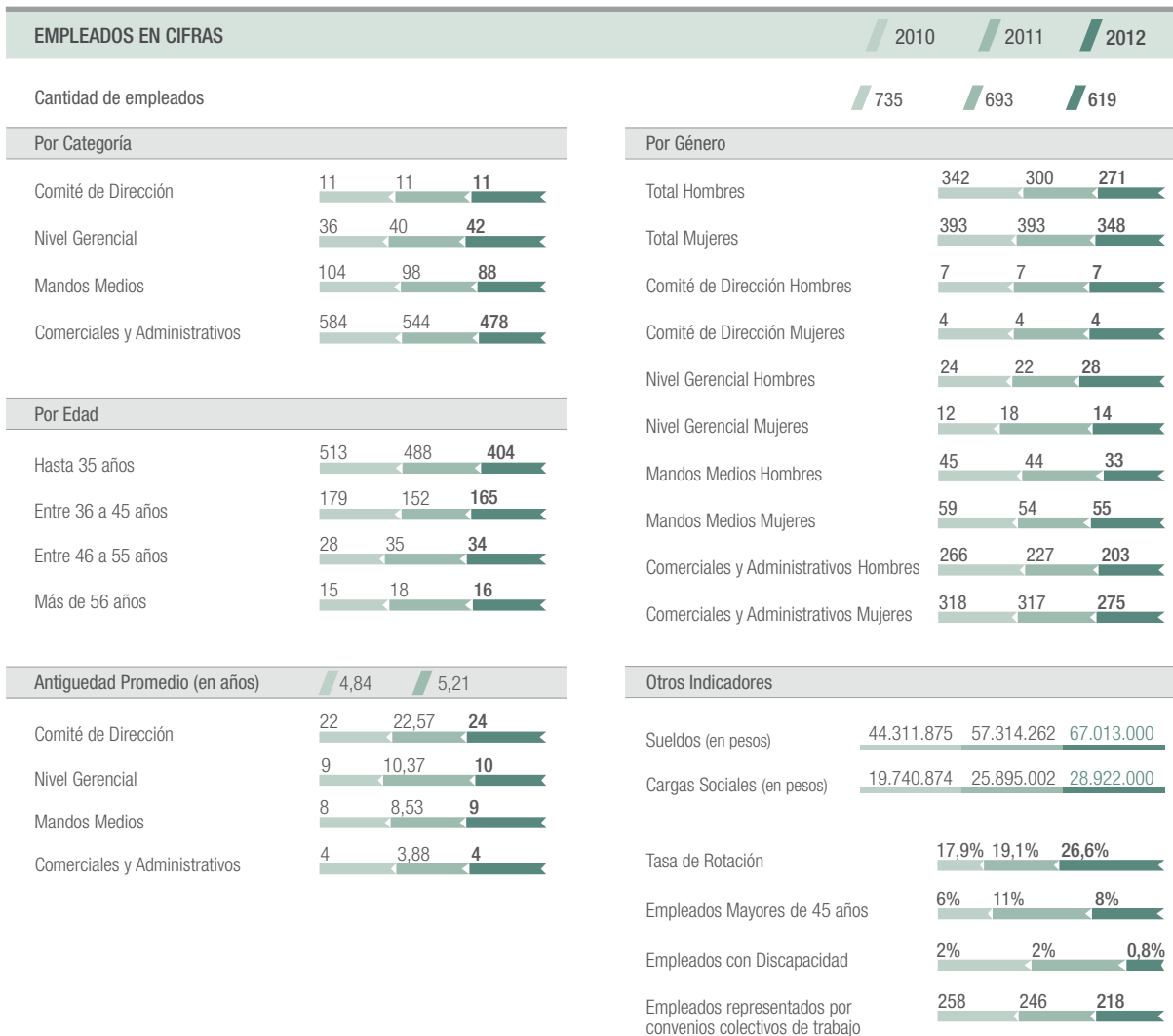
## Visión

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

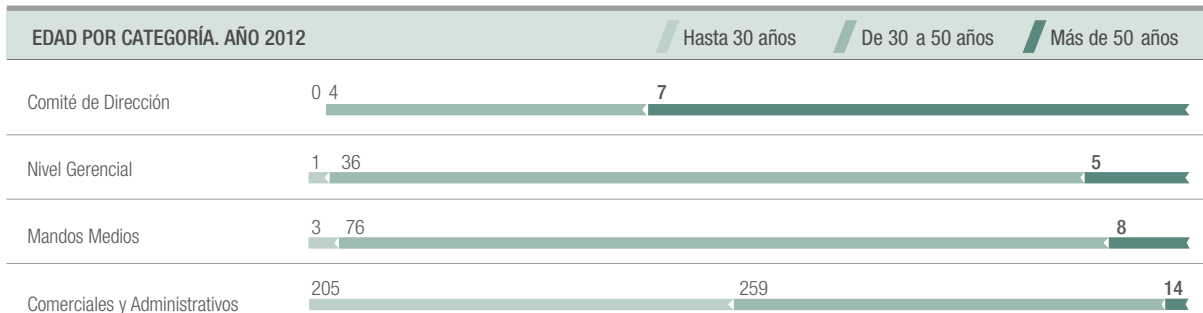
## Misión

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

## EMPLEADOS EN CIFRAS



## EDAD POR CATEGORÍA. AÑO 2012



**NUEVOS EMPLEADOS CONTRATADOS EN 2012** **TOTAL: 86**



Por género  
 ■ Masculino: **33**  
 ■ Femenino: **53**



Por edad  
 ■ Hasta 30 años: **52**  
 ■ De 30 a 50 años: **33**  
 ■ Más de 50 años: **1**



Por región  
 ■ Casa Central: **31**  
 ■ Dirección Regional  
 ■ Capital Federal: **5**  
 ■ Dirección Regional Gran Buenos Aires – NE: **14**  
 ■ Dirección Regional Norte: **19**  
 ■ Dirección Regional Sur: **17**

**ENCUESTA DE CLIMA LABORAL**

Como todos los años, llevamos a cabo la Encuesta de Clima Laboral con una participación del 90% de nuestros empleados. Esta herramienta clave de gestión interna nos permite construir planes de acción para mejorar las relaciones laborales, el ambiente de trabajo y el desarrollo de cada colaborador.

Además, se conformaron equipos de 10 colaboradores con el objetivo de identificar y analizar fortalezas y debilidades relacionadas con su área de trabajo para presentar recomendaciones y posibles soluciones ante el Comité de Dirección para su posterior aprobación e implementación.

El Director General comunicó los resultados generales de la encuesta y luego cada Director realizó un cascado de la información pertinente en cada equipo de trabajo.

ROTACIÓN DEL PERSONAL	2011	2012
Índice de Rotación Total	19,1%	26,6%
Índice de Rotación no deseada	4,7%	10,8%
<b>Por Género</b>		
Mujeres	51%	58,7%
Hombres	49%	41,3%
<b>Por Edad</b>		
Menores de 30 años	7,7%	47,3%
Entre 30 y 50 años	10,7%	48,2%
Mayores de 50 años	0,7%	4,5%
<b>Por Región</b>		
Casa Central	3,62%	4,8%
Sucursales	15,48%	21,8%
<b>Total de Movimientos</b>		
	2011 / 168	2012 / 205
Ingresos Temporarios	29	10
Ingresos Permanentes	75	113
Promociones	42	54
Efectivizaciones	22	22
Nuevos empleados contratados	n/d	86



**PRINCIPALES RESULTADOS DE ENCUESTA DE CLIMA LABORAL**

2010 2011 2012

**Trabajo y desarrollo**

Comprendo claramente qué se espera de mí en el trabajo	79%	80%	81%
Cuento con las herramientas y/o los materiales que necesito para hacer bien mi trabajo	66%	66%	67%

**Liderazgo y cultura**

Aquí se trata la gente con respeto	85%	85%	83%
Realizamos nuestro trabajo con altos estándares éticos	82%	83%	85%

**Nuestros servicios**

Tratamos a nuestros asociados y candidatos con respeto.	90%	93%	92%
Estamos comprometidos a prestar servicios de alta calidad	80%	80%	79%

## NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

- Dimos soporte a las distintas iniciativas de mejora que se llevaron adelante en la Compañía, acompañando las estrategias de gestión del cambio.
- Potenciamos el rol de los líderes y mandos medios como comunicadores.
- Administramos el uso de todas las herramientas y metodologías de comunicación interna, segmentando mensajes y públicos.
- Propiciamos espacios de participación interna e intercambio.
- Continuamos midiendo la gestión general de comunicación interna para evaluar cómo contribuimos al logro de objetivos corporativos.

### Red de Coordinadores Regionales de Comunicación (CRC)

Contamos con una estructura de más de 17 Coordinadores Regionales de Comunicación (CRC) en todo el país que se convierte en una doble vía ágil y cercana para llevar los principales lineamientos y políticas a los equipos de sucursal, a la vez que actúan como caja de resonancia y escucha activa local, siendo muchas veces vasos comunicantes con los especialistas de Casa Central.

### Potenciar el rol de los líderes como comunicadores

- Lanzamos, a través de nuestra plataforma de e-learning, el curso El Rol de Líder como Comunicador, dirigido a todos los colaboradores de la organización con roles de conducción.

- Nuestro Director General realizó cuatro comunicaciones a todos los colaboradores de ManpowerGroup Argentina: dos de ellas para compartir la evolución de la gestión del año (en el primer y segundo semestre), una con los resultados de la Encuesta de Clima 2012 y la cuarta a fin de año con las perspectivas del negocio para 2013. Los Gerentes Regionales compartieron con sus colaboradores los resultados de gestión y las novedades del negocio local.
- Realizamos 10 desayunos presenciales en los que directivos de la organización compartieron con 89 colaboradores de distintas áreas de casa central tendencias del mercado y actualidad del negocio de la Compañía.

### Tribuna

Publicamos trimestralmente nuestra revista interna. Guiados por un Equipo Editorial, los 35 corresponsales de todo el país nutren los contenidos de la misma.

### “ManpowerGroup al día”

Nuestro boletín digital de novedades tuvo 182 emisiones.

### Cascadeos

Realizamos el cascadeo del Plan de Marketing 2012 para Jefes y Responsables de Casa Central y de los resultados de la Encuesta de Clima.

### Boletines Informativos “Expertos”

Este boletín tiene como objetivo brindar a nuestros colaboradores información útil para su trabajo, promoviendo la autogestión.



Alfredo Fagalde, Director General, al frente de una de las reuniones con líderes de la compañía.

- Expertos Legales: lanzamos ocho emisiones, alcanzando 2.533 visitas.
- Expertos Impuestos: lanzamos tres emisiones, alcanzando 363 visitas.
- Expertos Sistemas: lanzado en 2012, tuvo cuatro emisiones en el año y 967 visitas.

### Reuniones de Líderes de Casa Central

Realizamos tres encuentros en el año con el objetivo de generar un espacio de intercambio para que los Líderes de Casa Central puedan conocer de manera directa de parte del equipo directivo los principales desafíos corporativos y generar mejores prácticas compartidas.

### Encuentros Especiales

ManpowerGroup con Nuestros Hijos: en su sexta edición durante las vacaciones de invierno escolares participaron más de 70 niños de todo el país.

### Informe de Gestión Corporativo

Por tercer año consecutivo, lanzamos el Informe de Gestión Corporativo, compartiendo las iniciativas e indicadores de Gestión más relevantes y posicionando nuestras cinco Estrategias Corporativas. Esta sección en la intranet alcanzó 666 visitas.

### Boletines Regionales

Desde 2012 cada región cuenta con su propio Boletín. En este espacio se comparte periódicamente información de interés local: casos de éxito, buenas prácticas, eventos y novedades regionales. En total emitimos 37 boletines.

## CAPACITACIÓN

Nuestro proceso de inducción a nuevos colaboradores incluye una capacitación sobre la empresa, su cultura, su estrategia y aspectos relacionados a la gestión responsable del negocio y la sustentabilidad.

Además, continuamos con la iniciativa “Acompañándonos desde un Principio” a través de la cual representantes del departamento de RRHH se reúnen con los nuevos colaboradores durante sus primeros meses en la empresa. Esta iniciativa busca generar un espacio de intercambio y relevar información que nos permite mejorar procesos de recursos humanos.

En cuanto a la plataforma E-learning, en 2012 lanzamos 7 nuevos cursos mediante esta herramienta.



Colaboradores de Casa Central en una jornada de capacitación interna.

CAPACITACIÓN	2010	2011	2012
Asignaciones / Participaciones <sup>1</sup>	6.001	10.506	6820
En casa central	23%	23%	26%
En Sucursales	77%	77%	64%
Presencial	24%	10%	11%

En Conferencias telefónicas	2%	2%	25%
E-Learning	74%	88%	64%

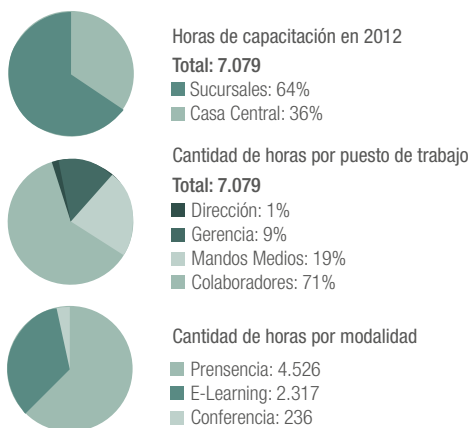
CANTIDAD DE CAPACITACIONES POR CATEGORÍA	2010	2011	2012
Comité de Dirección	7	6	3
Nivel Gerencial	13	14	14
Mandos Medios	9	22	23
Comercial y administrativo	8	39	32
Cantidad de personas capacitadas	860 <sup>2</sup>	858	713
Horas de capacitación en RSC	756	730	548

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

2. A partir del 2010 el indicador considera los ingresos y egresos transcurridos durante el año.



## HORAS DE CAPACITACIÓN



## Espacios de Aprendizaje

Dictamos tres actividades de capacitación para nuevos Instructores, a través del curso “Formador de Formadores”, debido a la alta demanda de nuestros empleados para participar en esta actividad. A partir de esta iniciativa, los Instructores internos definieron temáticas a profundizar que serán realizadas en 2013.

## E-learning

Continuamos con la implementación de la modalidad de capacitación virtual a través de la cual los empleados pueden adquirir los conocimientos necesarios para su correcto desempeño en el puesto de trabajo en forma paulatina y organizada, autogestionando sus cursos. En 2012 se acumularon 2.317 horas de capacitación por medio de ésta modalidad.

## Los desafíos en la Era del Potencial Humano

Con el objetivo de que los colaboradores de Argentina profundicen su conocimiento sobre las investigaciones realizadas por ManpowerGroup a nivel mundial, desarrollamos un nuevo curso vía e-learning vinculado con la “Escasez de Talento”, la “Era del Potencial Humano” y las soluciones que podemos ofrecer a nuestros clientes y asociados en este contexto.



## PROGRAMAS ORIENTADOS AL DESARROLLO

Nuestro proceso integral de “Gestión de Desempeño” (GDD) nos permite asignar eficientemente nuestro capital humano en base a las estrategias del negocio y el desarrollo de nuestros empleados.

En 2012, el 100% de nuestros colaboradores recibieron una evaluación de desempeño.

## Programa de Desarrollo de Mandos Medios (PDM)

Desarrollamos el Programa de Desarrollo de Mandos Medios, en el cual participaron un total de 15 personas, 11 de casa central y 4 de sucursales. Este año realizamos cambios en la etapa de evaluación del programa, dando la posibilidad de realizar un análisis de las debilidades y oportunidades de sus sucursales y áreas, para exponerlo ante un comité evaluador.

## Programa de Desarrollo Gerencial (PDG)

Llevamos a cabo el Programa de Desarrollo Gerencial, en el cual participaron un total de 8 personas, 3 de casa central y 5 de sucursales. En 2012 implementamos modificaciones en la etapa de evaluación y en los módulos de management, adaptando el contenido a las nuevas habilidades que se esperan de un líder en los mercados actuales.

## Reuniones de acompañamiento

Durante 2012, llevamos a cabo:

- 104 reuniones de acompañamiento en las que participaron 65 personas, 43 reuniones corresponden al Programa de Desarrollo de Mandos Medios (PDM).
- 7 reuniones se realizaron en el marco del Programa de Desarrollo Gerencial (PDG).
- 34 reuniones fueron solicitadas por los Directores para sus líderes.
- 3 reuniones corresponden al Programa de Desarrollo de Mandos Medios comenzado en 2011.
- 17 reuniones corresponden al Programa de Desarrollo Gerencial comenzado en 2011.

## Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar

Contamos con un Plan Integral de Conciliación (PIC) denominado “Manpower con Vos. Equilibrando tu Vida”, que alcanza a toda la organización y busca dar respuesta a las necesidades de equilibrio entre la vida laboral y familiar de todos nuestros colaboradores.

Formamos parte del Club IFREI, del Centro de Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School. Una red formal de empresas promotoras de una cultura Flexible y Familiarmente Responsable, con el objetivo de: fomentar la cooperación entre diferentes empresas que mantienen una actitud proactiva ante la temática en un ámbito académico y de generar un espacio de reflexión y análisis, por medio de la sinergia entre diferentes sectores, con el fin de incidir en la sociedad.

ESTE AÑO, COMO RESULTADO DE LA ENCUESTA IFREI 2.0 (ÍNDICE DE EMPRESAS FAMILIARMENTE RESPONSABLES) REALIZADA A MÁS DE 200 LÍDERES Y COLABORADORES DE MANPOWERGROUP ARGENTINA SOBRE ESTA TEMÁTICA, RECIBIMOS LA ACREDITACIÓN IFREI, SIENDO RECONOCIDOS COMO UNA EMPRESA CON POLÍTICAS, PRÁCTICAS Y CULTURA FLEXIBLE Y RESPONSABLE DE ACUERDO AL MODELO DE EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE DEL IESE DE ESPAÑA.

SÓLO 4 EMPRESAS EN ARGENTINA HAN OBTENIDO LA ACREDITACIÓN EN 2012.



La Dra. Nuria Chinchilla (IESE Business School de España) y la Dra. Patricia Debeljuh (IAE Business School de Argentina) entregan la Acreditación IFREI a Alfredo Fagalde y miembros del Comité de Conciliación de ManpowerGroup Argentina.

### Acompañamiento para madres que se reincorporan al trabajo

Desde 2011, las madres que ocupan posiciones de liderazgo en la organización y que se incorporaron al trabajo luego de una reciente maternidad tuvieron la posibilidad de tomar reuniones de acompañamiento con una consultora externa.

El objetivo fue asesorarlas y orientarlas en la reincorporación a sus tareas en pos del equilibrio de la vida laboral y familiar. Desde que se lanzó el proyecto, 4 colaboradoras de ManpowerGroup participaron de este beneficio.

### PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO CORPORATIVO

“Manpower con vos, reconociendo tus logros” es el programa de reconocimiento corporativo que busca ser el marco común y formal del reconocimiento de la compañía.

Para ManpowerGroup reconocer es celebrar los logros destacados y los aportes extraordinarios de equipos y colaboradores a los objetivos de nuestra organización. El Programa de Reconocimiento está conformado por 11 iniciativas:

1. Actitud ManpowerGroup: busca reconocer las actitudes concretas de los empleados que mejor reflejen los atributos corporativos de ManpowerGroup. Fueron premiadas 6 personas.
2. Aniversarios en la Compañía: celebramos el aniversario de ingreso a la compañía de todos los empleados permanentes de 1 año en adelante. Organizamos 6 almuerzos bimestrales en la Ciudad de Buenos Aires con 398 colaboradores de Casa Central y sucursales de Capital y Gran

Buenos Aires. Se reconocieron a 97 colaboradores por “aniversario redondo” (5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 y 40 años en la compañía).

3. Aplausos: es un espacio en intranet que permitió resaltar las acciones relevantes de un colaborador o equipo de trabajo. Este es un reconocimiento de 360° dado que cualquier colaborador puede reconocer a otro independientemente de la posición o área de trabajo. Aplaudieron y fueron aplaudidos 287 colaboradores, de los que se premió a 20 colaboradores: 9 como “más aplaudido” y 11 como “más aplaudidores”.

4. Instructores Destacados: se identifica a los mejores instructores internos, teniendo en cuenta diferentes variables vinculadas a su rol como capacitador. En 2012 premiamos a los 4 mejores instructores en el marco de los Espacios de Aprendizaje, por el compromiso asumido en cada entrenamiento y la excelente devolución obtenida por las personas que han capacitado.

5. Mejor Sucursal: buscamos reconocer una gestión integral, según las 5 estrategias corporativas, en base a indi-

cadores predefinidos. Las 3 sucursales ganadoras a nivel nacional del año 2012 fueron: Escobar, Luján de Cuyo y Villa Mercedes.

6. Sucursal Estrella de la Experiencia del Candidato: destaca a aquellas sucursales cuyo compromiso y consistencia para con la Experiencia del Candidato haya sido sobresaliente. Fue elegida la sucursal Contact Center como ganadora.

7. Profesional ManpowerGroup: reconocemos a todos los colaboradores de ManpowerGroup que finalizan sus estudios de grado o posgrado. En 2012 se reconoció a 21 empleados.

8. Socios en la Inclusión: el objetivo es reconocer a los empleados que promuevan la inclusión y la diversidad en sus equipos de trabajo y entre sus clientes en el marco de la iniciativa "Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo". Reconocimos a 20 colaboradores y sucursales.



Colaboradores de la sucursal Escobar reciben el reconocimiento a la Mejor Sucursal 2012.

## DIVERSIDAD EN MANPOWERGROUP

Continuamos trabajando desde el Comité de Diversidad para generar un espacio de intercambio y de formación para promover la gestión de la diversidad en nuestra organización. Este comité está integrado por miembros de la Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos y de la Gerencia de Recursos Humanos, así como por consultores en selección de distintas sucursales del país.

Durante 2012, realizamos capacitaciones sobre diversidad a 17 Supervisores de la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y Ciudad de Córdoba.

## 42 MUJERES Y 12 HOMBRES GOZARON LICENCIAS POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD RESPECTIVAMENTE DURANTE 2012.

 92,8%  83,3%

regresaron al trabajo luego de sus licencias.

Además, formamos sobre inclusión y diversidad laboral a 145 colaboradores bajo la modalidad presencial y por conferencia telefónica. Las actividades desarrolladas fueron:

- 4 Ciclos de actualización en Diversidad e Inclusión con 112 participantes: estos ciclos trataron sobre "La diversidad en la empresa", "Población +45", "Temáticas de discapacidad" y "HIV".
- 1 Taller de Diversidad e Inclusión para líderes: participaron del mismo 6 mandos medios.
- Charla de concientización ambiental dictada por personas con discapacidad de la organización Cascos Verdes: 27 personas fueron capacitadas en este taller.

De la totalidad de las actividades de capacitación del año 2012, el 17% tuvieron relación directa con temas de Diversidad e Inclusión.

## SALUD Y SEGURIDAD PARA NUESTROS EMPLEADOS

Nuestro compromiso por las personas se materializa también en las acciones que realizamos en materia de salud y seguridad de nuestros empleados. Este año realizamos un simulacro de evacuación por incendio según lo establecido en la Ley 1.346, de la Ciudad de Buenos Aires. Además, se dictó una capacitación de evacuación ante incendios, en la cual participaron 18 colaboradores de ManpowerGroup Argentina.

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD	/ 2011	/ 2012
<b>Indicadores de seguridad</b>		
Cantidad de accidentes registrados	6	3
Días perdidos por accidentes	98	34
Duración media de los accidentes registrados <sup>1</sup>	16,33	11,33
Tasa de frecuencia <sup>2</sup>	4,16	2,33
Tasa de gravedad <sup>3</sup>	67,99	26,41
Tasa de accidentes <sup>4</sup>	0,87	0,48
<b>Indicadores de salud</b>		
Horas perdidas por enfermedad	11.704	10.784
Horas perdidas por enfermedad/cantidad de empleados <sup>5</sup>	16,89	17,42
Tasa de enfermedad <sup>6</sup>	0,81	0,84

1. Cantidad de días perdidos/cantidad de accidentes.

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

3. Cantidad de días perdidos por accidentes/cantidad de horas trabajadas\*1.000.000.

4. Cantidad de accidentes/cantidad de trabajadores\*100.

5. Promedio mensual de horas perdidas por enfermedad dividido el promedio de la cantidad de asociados en el año.

6. Cantidad de horas perdidas por enfermedad/cantidad de horas trabajadas\*100.



Centro de Entrenamiento de Casa Central.

10

## ASUNTOS CON CLIENTES, ASOCIADOS Y CANDIDATOS

### CLIENTES

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Estudio de satisfacción a clientes	El nivel de satisfacción fue 7,9/10, su máximo histórico.	4.5 5.3 6.2 6.7 6.7.4	6.7.5 6.7.6 6.7.8 6.7.9	4.16 4.17
Canales de comunicación con nuestros clientes	Con el objetivo de seguir mejorando la comunicación y diálogo con nuestros clientes, este año implementamos internamente cambios en la estructura comercial. A los encuentros presenciales sumamos la comunicación a través de web, redes sociales e investigaciones especiales.	4.5 5.3 6.2		4.16 4.17
Comunicando el valor de la diversidad a nuestros clientes	Transmitimos nuestros valores y cultura corporativa con los clientes a través de la difusión de nuestros programas de inclusión laboral.	4.5 5.3 6.2	4.12 EC9	Principios 1 al 6

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



## NUESTRA VISIÓN CORPORATIVA ES SER LÍDERES EN LA CREACIÓN Y PROVISIÓN DE SOLUCIONES INNOVADORAS Y SERVICIOS QUE PERMITAN A NUESTROS CLIENTES TRIUNFAR EN EL CAMBIANTE MUNDO LABORAL.

Nuestros clientes son empresas u organizaciones que buscan de ManpowerGroup un servicio de asesoramiento sobre el cambiante mundo laboral. Así, con el objetivo de brindar soluciones a la medida de cada negocio, este año el foco estuvo puesto en el contacto personal para relevar sus necesidades y conocer las opiniones y conformidad en cuanto a nuestro servicio. Además utilizamos las redes sociales como un importante medio de comunicación, así como también los informes corporativos que emitimos periódicamente.

A su vez, este año llevamos adelante el “Branch Experience” (Experiencia de Sucursal) orientado a generar en candidatos y postulantes una nueva forma de ser atención en ManpowerGroup. No solo enfatizamos la atención personalizada y dedicada a cada uno, sino que también el look de las sucursales cambió para generar mejor percepción de los visitantes sobre la marca, servicios y atención.



Capacitación a asociados de ManpowerGroup Argentina.

CLIENTES EN CIFRAS	2010	2011	2012
Cantidad de clientes <sup>1</sup>	1.858	2.151	2.005
Ventas (en millones de pesos)	949	1.240	1.343
Gastos Publicidad (en millones de pesos)	0,9	1,3	1,6
<b>Participación de ManpowerGroup en el Mercado</b>			
% del Personal Ocupado empleado por ManpowerGroup	15%	16%	12,6%
% sobre la Facturación (Market Share en \$) <sup>2</sup>	15,7%	14,7%	13,1%
<b>Representación Geográfica</b>			
Número de sucursales	69	69	51
Presencia en provincias argentinas	22	22	22
<b>Atención al Cliente</b>			
Cantidad de Ejecutivos de Cuentas <sup>3</sup>	14	12	7
<b>Satisfacción del Cliente<sup>4</sup></b>			
Cantidad de empresas encuestadas	530	564	560
Nivel general de satisfacción	7,9	7,8	7,9
Nivel de fidelidad favorable	91%	89%	89%

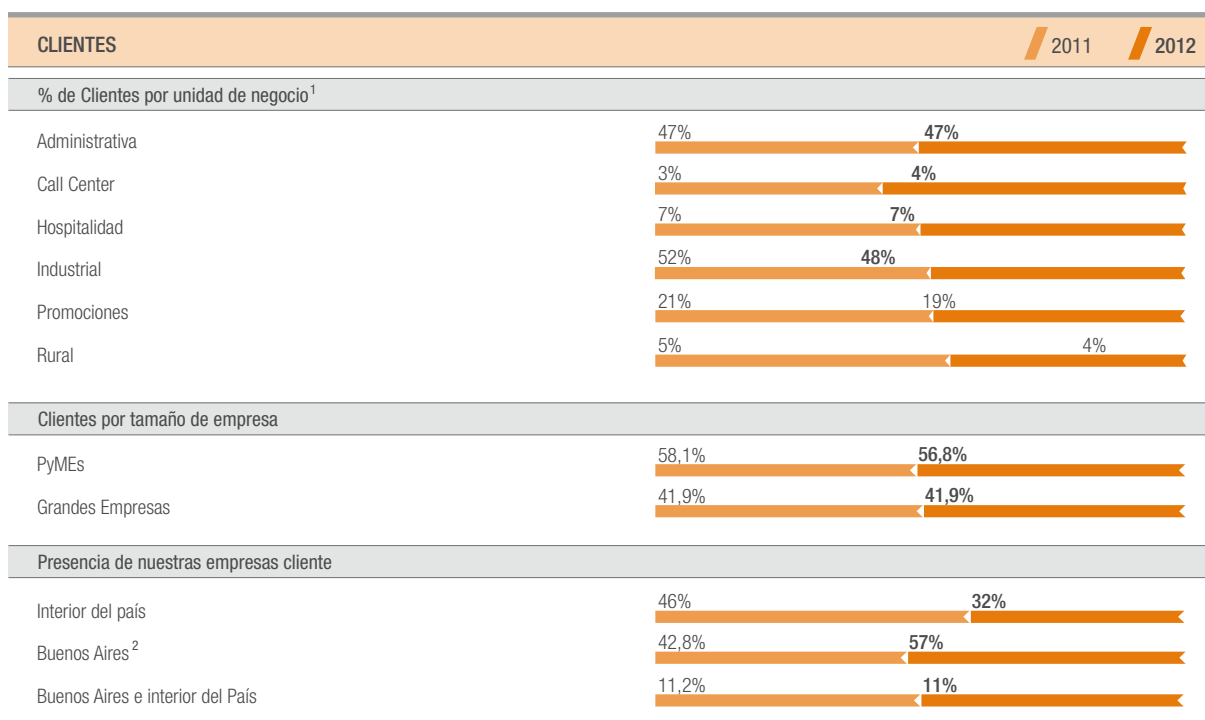
1. Incluye a clientes con facturación positiva durante el año.

2. El market share corresponde sólo a provisión de personal eventual, única actividad dentro de las prestaciones de servicios de ManpowerGroup del que se disponen estadísticas oficiales.

3. Años anteriores su nombre era “Account Managers”.

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





1. Los valores porcentuales consignados exceden el 100% dado que existen clientes con participación simultánea en más de una unidad de negocio.

2. Incluye clientes en Ciudad de Buenos Aires y GBA.

## ESTUDIO DE SATISFACCIÓN A CLIENTES

Una vez más este año realizamos la Encuesta a nuestros clientes para conocer su nivel de satisfacción sobre servicios. Ésta fue realizada en dos oportunidades (mayo-junio y octubre-diciembre) a través de la consultora SEL. La metodología fue a través de 560 entrevistas presenciales con un cuestionario semi-cerrado.

A su vez, incluimos en esta encuesta el sistema de evaluación de calidad NPS (Net Promoter Score) donde se pregunta a los clientes si recomendarían ManpowerGroup a un colega o amigo, dándonos una mirada muy precisa de la satisfacción respecto de la gestión de la empresa.

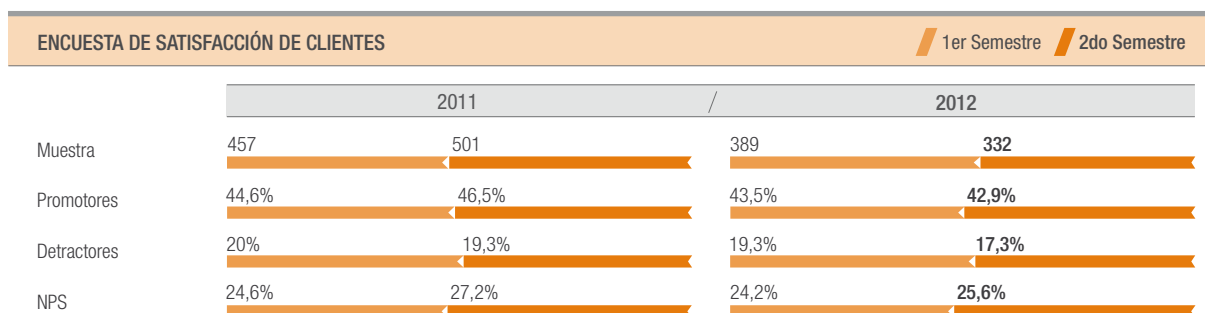
### Principales resultados:

Hubo una mejora en el promedio de satisfacción general, recuperando el máximo histórico de 7,9/10.

Los principales atributos que valoran los clientes encuestados son: velocidad de respuesta, adecuación del personal y seguridad jurídica.

Las valoraciones de los atributos crecieron en todos los casos.

De los encuestados, el 15% ya incorporó personas provenientes de programas de inclusión y el 52% lo considera altamente probable.



## CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

Con el objetivo de seguir mejorando la comunicación y diálogo con nuestros clientes, este año implementamos internamente cambios en la estructura comercial. Creamos las posiciones de “Ejecutivos de ventas” (antes Account Managers) para la atención y seguimiento de clientes estratégicos con el fin de asegurar calidad de servicio, y la figura de BDM (Business Development Manager) para el desarrollo comercial de la cartera de clientes. Así afianzamos un vínculo de largo plazo con cercanía y transparencia en la atención.

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

**Encuesta de Expectativas de Empleo:** medimos trimestralmente las intenciones de contratación de empleados en todo el mundo, basada en más de 61.000 entrevistas a empresarios de 36 países y territorios. En Argentina, la encuesta se realiza a más de 800 empresarios locales.

**Sitio Web de ManpowerGroup Argentina:** espacio para que los clientes se mantengan informados sobre las novedades de la empresa.

**Informes especiales:** realizamos investigaciones e informes sobre el mercado laboral y la gestión de los recursos humanos.<sup>19</sup> En 2012 presentamos: “Cómo navegar la Era del Potencial Humano”, “Cómo Liberar el Mayor Recurso de América Latina: El Talentismo es el nuevo Capitalismo”, “Se busca: Jóvenes entusiastas impulsados por una carrera” y “Resultados del estudio sobre Escasez de Talento 2012” unidos bajo la perspectiva de “Desafíos para las Empresas en la Era del Potencial Humano”, sumándose a la edición de “Fuerza Laboral sin Fronteras”.

## Desayunos con clientes de todo el país

Este año realizamos reuniones con más del 80% de los clientes activos para detectar necesidades, entender problemáticas, ofrecer servicios no tradicionales y asesorarlos sobre el complejo mundo del trabajo y el rol de las empresas.

A su vez nos enfocamos en la comunicación a través de las redes sociales como otro canal de contacto e interacción con nuestros clientes. Utilizamos LinkedIn, Facebook, Twitter, Vimeo, Youtube, Pinterest, entre otros; generando un flujo de información segmentada para las necesidades de cada perfil de cliente. En las redes sociales particularmente se incrementaron los contactos en 20% interanual y las interacciones con los diversos públicos en 30% sumando reconocimiento y valoración a la imagen de la marca en el mercado de servicios y soluciones de RRHH.

## COMUNICANDO EL VALOR DE LA DIVERSIDAD A NUESTROS CLIENTES

Buscamos ser motor de cambio y promover la diversidad y la inclusión en el mercado laboral a través de campañas y piezas de comunicación que permitan concientizar y difundir nuestros valores y nuestra cultura, a más de 2.000 empresas cliente.

En el marco de la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo” realizamos una campaña online sobre la importancia de contribuir a un mercado laboral diverso e inclusivo y acerca de la situación de los grupos en desventaja que participan de los programas de inclusión de la compañía.

Por otro lado, organizamos tres encuentros con empresas cliente con el fin de presentarles nuestra propuesta de Consultoría en Diversidad con foco en la inserción laboral de las personas con discapacidad y los adultos mayores. A su vez compartimos con otras organizaciones el segundo encuentro del Club IFREI “Trabajo y Familia: el impacto de la conciliación en la cultura organizacional”.



Presentación de la Consultoría en Diversidad a empresa-cliente.

/ 19. [www.manpowergroup.com.ar/potencialhumano.html](http://www.manpowergroup.com.ar/potencialhumano.html)

## CANDIDATOS Y ASOCIADOS

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000		Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Atención en sucursales	Realizamos el programa "Look & Feel" en nuestras sucursales para que nuestros asociados se sientan bien atendidos, y capacitamos a nuestros empleados que tienen relación con ellos y brindan la "Experiencia del Candidato".	4.5 5.3 6.2 6.3.9	6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5	4.16 PR1	Principio 1
Capacitación a los asociados para brindar un mejor servicio	Nuestro Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC) tiene 798 cursos que representan 1.800 horas de capacitación online.	6.2 6.3.9 6.6.6	6.7 6.7.4 6.7.5	4.12 PR1	Principio 1
Estudio de satisfacción a asociados	Usamos el sistema NPS (Net Promoter Score) para medir la satisfacción de nuestros asociados.	4.5 5.3 6.2 6.3.9	6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5	4.16 4.17 PR1	Principio 1
Evaluación de desempeño de los asociados	Evaluamos a nuestros asociados en función a los requerimientos del cliente en cuanto a conocimiento, experiencia y habilidades laborales.	6.2 6.3.9 6.6.6	6.7 6.7.4 6.7.5	4.16 4.17 PR1	Principio 1
Gestión de los convenios colectivos para cada asociado*	Gestionamos los diferentes convenios relacionados con los sectores donde operamos.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.8 6.3.9	6.3.10 6.4.3 6.4.5 6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5	4.16 HR5 PR1	Principio 1 al 3
Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados	Además de los correos electrónicos y las redes sociales, usamos la herramienta de reclutamiento y postulación online Direct Talent, haciendo foco en aquellos que utilizan Internet como medio de búsqueda laboral, pudiendo acceder desde sus teléfonos móviles.	4.5 5.3 6.2 6.3.9	6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5	4.16 PR1	Principio 1
Salud y seguridad	Contamos con un área específica dentro de la empresa para garantizar que nuestros asociados desarrollen sus actividades en un ambiente seguro de trabajo.	6.3.9 6.4 6.4.6 6.6.6 6.7	6.7.4 6.7.56.8 6.8.3 6.8.4 6.8.8	LA8 PR1	Principio 1

\* Cuando es un tema material. Para más información ver el capítulo "Sobre este Reporte".

ASOCIADOS EN CIFRAS	2010	2011	2012
Número de Asociados	55.794	55.966	42.593
<b>Evaluación de desempeño del asociado (El cliente evalúa al asociado)</b>			
Evaluaciones de desempeño enviadas	17.329	13.638	12.549
Evaluaciones de desempeño recibidas	4.656	3.610	2.318
Cantidad de asociados premiados	633	459	230
Cantidad de asociados con puntaje mayor a 41/50 <sup>1</sup>	978	959	667
<b>Encuesta de Satisfacción de asociados (El asociado evalúa a ManpowerGroup)<sup>2</sup></b>			
NPS (Net Promoter Score) – 1° Semestre	23,4%	37%	34,3%
NPS (Net Promoter Score) – 2° Semestre	33,7%	30%	32,3%
<b>Seguridad e Higiene</b>			
Visitas de relevamiento en empresas cliente	215	397	185
Clientes visitados	49	107	53
Visitas de capacitación	717	751	370
Asociados Capacitados	2.002	1.827	1.025
<b>Centro de Capacitación y Desarrollo</b>			
Cantidad de cursos online	2.817	2.817	2.817

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

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

### ATENCIÓN EN SUCURSALES

Trabajamos para que todas las personas que se acercan a nuestras sucursales se sientan cómodas y puedan atender sus demandas de forma satisfactoria. Es por eso que seguimos aplicando el programa “Look & Feel” (en español: “Mirar y Sentir”) en las sucursales de todo el país con el objetivo de mejorar su infraestructura y aspecto. Este año implementamos esta iniciativa en Avellaneda, Rosario, la sucursal “Banking” de la Ciudad de Buenos Aires y la sucursal de Promociones y Hospitalidad de Córdoba.

A su vez, nuestros líderes realizan visitas a las sucursales para evaluar la calidad con la que nuestros consultores brindan la “Experiencia del Candidato” y capacitarlos para que todas las personas reciban una atención de ex-



Desayuno con asociados en Casa Central.

celencia. Este año el foco estuvo puesto en el desarrollo e implementación de herramientas para que los líderes puedan monitorear y formar a los colaboradores que realizan el proceso de reclutamiento en una sucursal. En total se realizaron 91 visitas en todo el país. A su vez, entregamos el premio a la “Sucursal Estrella de la Experiencia del candidato” a la Sucursal Contact Center.

### CAPACITACIÓN A LOS ASOCIADOS PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO

Contamos con un Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC) en el cual brindamos formación a nuestros asociados para que puedan desempeñar mejor sus tareas y así brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Las temáticas que abordan los cursos son: habilidades de negocios, tecnología de la información y software para el usuario final, entre otros. Este año lanzamos dos nuevas secciones, una orientada a Medioambiente, Seguridad e Higiene y Transporte, y otra relacionada con el Cumplimiento Legal. Todos los cursos son online. Al finalizar el curso se realiza una evaluación y el sistema permite emitir un certificado.

Durante el año, realizamos modificaciones a la oferta de cursos, sumando algunos y eliminando otros, logrando una mejora en la calidad de las capacitaciones para beneficio de los asociados. Así, actualmente el TDC cuenta con 798 cursos en español que representan 1.800 horas de capacitación online, y durante 2012 sumó 950 nuevos usuarios.

### ESTUDIO DE SATISFACCIÓN A ASOCIADOS

Como todos los años, medimos la satisfacción de nuestros asociados a través del sistema NPS (Net Promoter Score), donde de forma presencial le preguntamos si recomendaría a ManpowerGroup. Esta encuesta es implementada por SEL Consultores.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE ASOCIADOS		1er Semestre	2do Semestre
	2011	/	2012
Muestra	1.593 / 1.602	/	1.513 / 1.565
Promotores	56,9% / 54,6%	/	55,4% / 54,2%
Detractores	19,9% / 24,5%	/	21,1% / 21,8%
NPS	37% / 30,2%	/	34,3% / 32,3%

## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE LOS ASOCIADOS

Evaluamos a nuestros asociados con el fin de poder realizar un seguimiento sobre sus conocimientos, experiencia y habilidades laborales en función de las necesidades del cliente. Los resultados de la Evaluación de desempeño son compartidos con el asociado personalmente, analizando las oportunidades de mejora para su desarrollo profesional.

Relacionado con los resultados de las evaluaciones, entregamos este año el "Premio ManpowerGroup a la Excelencia" a 230 asociados que alcanzaron un excelente desempeño laboral durante el año.

## CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS CANDIDATOS Y ASOCIADOS

Con el objetivo de tener una relación transparente, cercana y confiable con nuestros candidatos y asociados, contamos con diversos canales de comunicación.

A través de las redes sociales, LinkedIn, Facebook, Twitter y Youtube, recibimos consultas y comentarios que son canalizadas a las sucursales, áreas o responsables respectivos, haciendo de la comunicación una herramienta de gestión ágil.

A partir del año pasado usamos la herramienta de reclutamiento y postulación online Direct Talent para nuestras marcas Manpower y Experis, haciendo foco en aquellos que utilizan Internet como medio de búsqueda laboral, pudiendo acceder además a la plataforma desde una aplicación para teléfonos celulares inteligentes.

Desde nuestro sitio web para asociados, les brindamos información sobre cómo descargar formularios, consultar sobre su liquidación de haberes y realizar trámites online de AFIP y de ANSES.



Entrega del Premio ManpowerGroup a la Excelencia para asociados de Villa Mercedes, provincia de San Luis.

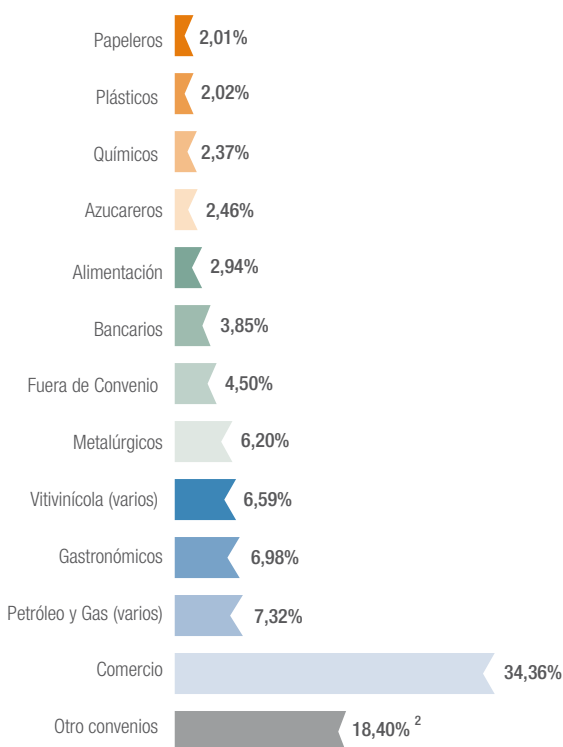
## GESTIÓN DE LOS CONVENIOS COLECTIVOS PARA CADA ASOCIADO

En ManpowerGroup gestionamos diferentes convenios dependiendo del sector donde trabaje el asociado. Así, garantizamos que cada uno tenga los mismos derechos que el resto de los trabajadores de esa empresa.

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

En el caso de COTECESUD, al ser una empresa de servicios eventuales, y por aplicación de lo dispuesto por el artículo 29 bis de la Ley de Contrato de Trabajo (20.744), al trabajador permanente discontinuo se le aplica el mismo convenio que se aplica en la empresa usuaria del servicio. Por su parte, para las sociedades, BENEFITS y SALESPOWER, al tratarse de empresas proveedoras de servicios tercerizados, el principio general es que el asociado estará regido por el convenio colectivo que rige la actividad de comercio, que es la que despliegan esas empresas. Por último, en el caso de RURALPOWER, toda vez que se trata de una empresa que suele utilizar como marco normativo para las contrataciones laborales al Régimen Nacional de Trabajo Agrario (22.248), le resultan de aplicación las resoluciones que en tal sentido dicte la Comisión Nacional de Trabajo Agrario.

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



1. Los datos publicados son de diciembre de 2012. No representan la actividad de todo el año.

2. Este grupo está compuesto por 79 diferentes convenios que representan cada uno menos del 2% del total.



## SALUD Y SEGURIDAD

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD		2011	2012
Cantidad de accidentes registrados	2.252	1.691	
Días perdidos por accidentes	43.714	34.694	
Duración media de los accidentes registrados <sup>1</sup>	19,41	20,45	
Tasa de frecuencia <sup>2</sup>	82,04	77,87	
Tasa de gravedad <sup>3</sup>	1.592,6	1.593,1	
Tasa de accidentes <sup>4</sup>	4,02	3,83	
<b>Indicadores de Salud</b>			
Horas perdidas por enfermedad	389.591	346.505	
Horas perdidas por enfermedad/cantidad de empleados <sup>5</sup>	1,76	2,04	
Tasa de enfermedad <sup>6</sup>	1,41	1,59	

1. Cantidad de días perdidos/cantidad de accidentes.

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

3. Cantidad de días perdidos por accidentes/cantidad de horas trabajadas\*1.000.000.

4. Cantidad de accidentes/cantidad de trabajadores\*100.

5. Promedio mensual de horas perdidas por enfermedad dividido el promedio de la cantidad de asociados en el año.

6. Cantidad de horas perdidas por enfermedad/cantidad de horas trabajadas\*100.

Nuestro objetivo relacionado con la salud y seguridad de nuestros asociados es lograr que desarrollen sus actividades en un ambiente seguro de trabajo. Es por eso que contamos con un área específica dentro de la organización que realiza las siguientes acciones:

- Asesoramiento a todas las sucursales en temas de salud e higiene y accidentología.
- Armado de pliegos de licitación, donde se requiere la participación específica del área.
- Atención de inspecciones de distintos organismos Municipales, Nacionales, la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (S.R.T.) y las Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (A.R.T.).
- Armado de indicadores de Siniestralidad.
- Confección de Análisis Seguro de Tareas.
- Reunión con responsables de seguridad e higiene de empresas cliente.

- Confección de Programas de Seguridad en empresas cliente.
- Relevamiento de las condiciones de Seguridad e Higiene en los distintos Centros Habitacionales, como así también a los contratistas que prestan servicio en los negocios rurales.
- Relevamiento en las distintas empresas cliente, para chequear las condiciones de seguridad en las que prestan servicios nuestros asociados.
- Confección del Mapa de Riesgos de nuestros asociados.

Este año implementamos un plan de capacitación en seguridad e higiene para los asociados que trabajan en el sector de petróleo. A su vez, trabajamos en el asesoramiento y acompañamiento a nuestras empresas cliente del sector rural para la puesta en marcha de los programas de seguridad e higiene cumpliendo con la nueva legislación agraria modificada durante este año.



Jornada de diálogo con proveedores de ManpowerGroup Argentina. Octubre 2012.

11

## PRÁCTICAS DE NEGOCIO RESPONSABLE

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Código de Conducta y Ética Empresarial	Nuestro Código alcanza a todos los empleados promoviendo la integridad y respetando los valores de la empresa.	4.4	4.6	Principio 10
		6.2	4.8	
		6.6	4.16	
		6.6.3	S02	
Capacitaciones sobre políticas y procedimientos anti-corrupción	Formamos en transparencia y anti-corrupción a los empleados que tienen responsabilidades relacionadas con esta temática a través de tres cursos online y presencial.	6.6	S03	Principio 10
		6.6.3		
Cumplimiento del marco regulatorio	Desarrollamos nuestras acciones con foco estratégico en el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional.	4.6	1.2	
		4.7		
		6.2		
Respeto por los derechos de propiedad	Contamos con una Política de Privacidad de Datos Personales que garantiza el correcto uso de la información que manejamos de candidatos, asociados y empleados.	6.7 6.7.7	PR8	Principio 1
Acuerdo con CIPPEC	Financiamos el Proyecto "Protección Social y Mercado Laboral: Los desafíos de articulación productiva-reproductiva reflejados en las licencias de maternidad y paternidad".	6.2	4.12	Principio 1, 2 y 6
		6.6	4.13	
		6.6.4	S05	
		6.8.3		
Participación activa en instancias de articulación público-privadas	Generamos alianzas y colaboramos con organismos gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para incidir en los procesos de políticas públicas aportando todo nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo.	6.2	4.12	Principio 1 al 6
		6.6	4.13	
		6.6.4	S05	
		6.8.3		
Sistematización de proveedores para una gestión eficiente	Trabajamos para afianzar y fidelizar el vínculo con nuestros proveedores de manera de poder tener relaciones de largo plazo para mutuo beneficio.	6.3.9	6.8	EC9
		6.6.6	6.8.5	
		6.6.7	6.8.6	
		6.7.8	6.8.7	
			6.8.9	

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial	
Proceso de selección y evaluación de proveedores	Tenemos en cuenta la solvencia económica, cuestiones legales y aspectos relacionados con sus recursos humanos, higiene y seguridad, tecnología y calidad de sus productos y servicios. Para su evaluación visitamos a los proveedores de todo el país.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.6.6	6.3.5 6.3.7 6.3.10 6.4.3 6.6.6	4.16 HR2 HR6 HR7	Principio 1 al 6
Compras responsables	Compramos a proveedores pertenecientes a proyectos que generen valor social o ambiental.	6.3.9 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8.9	6.8 6.8.5 6.8.6 6.8.7 6.8.9	EC9	Principio 1 al 6
Desarrollo de proveedores locales	Evaluamos las empresas de las comunidades donde operamos para ser motor de desarrollo económico en el interior del país.	6.3.9 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8	6.8.5 6.8.6 6.8.7 6.8.9	EC9	Principio 1 al 6
Diálogo con proveedores	Realizamos un diálogo con 30 proveedores donde relevamos 7 expectativas.	4.5 5.3 6.2		4.16 4.17	
Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor	Difundimos nuestros valores y la importancia de una gestión sustentable del negocio entre nuestros proveedores a partir de diferentes canales de comunicación.	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.8	6.3.9 6.3.10 6.4.3 6.4.5 6.6.6 6.6.7 6.7.8	4.16 EC9 HR5 HR6 HR7	Principio 1 al 5

## TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

ManpowerGroup fue reconocida por el Instituto Ethisphere como la única compañía de su industria incluida en la prestigiosa lista de las Compañías Más Éticas del Mundo por segundo año consecutivo.

### Código de Conducta y Ética Empresarial

Contamos con un Código de Conducta y Ética Empresarial que alcanza a todos los empleados de ManpowerGroup. Nos brinda un marco y grandes orientaciones para desempeñar nuestras funciones con integridad y respetando los valores de la empresa. Dentro de los contenidos del Código se encuentran aspectos de Derechos Humanos, criterios para evitar situaciones de conflicto de interés y lineamientos que guían la gestión y la toma de decisiones.

Para garantizar su cumplimiento contamos con un Comité de Ética conformado por la Dirección General, Dirección de Desarrollo Corporativo, Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, la Gerencia de Recursos Humanos y la Gerencia de Operaciones. Este Comité recibe y evalúa todas las denuncias que llegan por parte de los empleados a través del correo electrónico, o por teléfono a nuestra Línea de Ética. Durante 2012 no recibimos denuncias mediante este canal.

Organizado por nuestra casa matriz, anualmente todos los empleados de ManpowerGroup son capacitados en el Código desde la plataforma de e-learning. Este curso es obligatorio y refuerza en cada período los contenidos del documento.

### Capacitaciones sobre políticas y procedimientos anti-corrupción

Durante 2012 formamos en aspectos de transparencia y anti-corrupción a los empleados que tienen responsabilidades en la temática a través de tres cursos:

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

### Cumplimiento del marco regulatorio

Dada la naturaleza del negocio, el acompañamiento y asesoramiento legal y jurídico es clave para lograr una alta calidad en nuestros servicios. Es por eso que en ManpowerGoup desarrollamos nuestras acciones con foco estratégico en el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional. Este aspecto es valorado por nuestros clientes, quienes en la última Encuesta de satisfacción<sup>20</sup> ubicaron al atributo de "Seguridad jurídica" entre los tres más relevantes.

<sup>20</sup> Realizada a través de la consultora SEL a 560 empresas cliente. Para más información ver página 46 de este Reporte.

Los servicios brindados por la compañía, especialmente el de Provisión de Personal Eventual, es fuertemente auditado por el Ministerio de Trabajo de la Nación. En este sentido, y tal como lo establece el Decreto 1.694/06 que regula la actividad, en marzo de cada año renovamos las garantías exigidas por el Ministerio para poder brindar estos servicios, como así también acreditamos el cabal cumplimiento a las obligaciones laborales, previsionales, las vinculadas con coberturas de seguros obligatorios (ART, de Vida), entre otros.

Contamos con una Política de Formalización de Relaciones Comerciales que tiene por objetivo que los negocios que realiza la compañía cuenten con un marco regulado en donde ambas partes establezcan sus derechos y obligaciones respecto del servicio. Partiendo de esta Política, nuestra área de Auditoría de Contratos dispone de un procedimiento exhaustivo de seguimiento de los casos de incumplimiento, que llegan incluso a la aplicación de penalidades económicas a las sucursales o sectores infractores.

En 2012 creamos el área de Auditoría Interna, dentro de la Gerencia de Asuntos Legales, con la responsabilidad de verificar el cumplimiento de los procedimientos establecidos para el negocio de administración de personal brindado por Ruralpower. Así reforzamos nuestro compromiso con una gestión transparente, ética, y respetuosa de las leyes y los Derechos Humanos.

Con el objetivo de que todos los nuevos empleados estén informados sobre el marco regulatorio que alcanza a las relaciones con competidores, clientes y proveedores, desarrollamos un curso obligatorio online sobre "Competencia Global" para el 100% del personal.

## RESPECTO POR LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

Según indica nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, nuestro respeto por las personas también significa que respetamos y protegemos la información sobre nuestros empleados, asociados, clientes, proveedores, candidatos, socios comerciales y otros individuos.

En esta línea, contamos con una Política de Privacidad

de Datos Personales que garantiza el correcto uso de la información que manejamos de nuestros grupos de interés: candidatos, asociados y empleados de la compañía, quienes firman este documento para su consentimiento.

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

## PARTICIPACIÓN POLÍTICA RESPONSABLE

### Renovamos nuestro acuerdo con CIPPEC

Este año renovamos nuestro acuerdo con CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento). A su vez financiamos el Proyecto "Protección Social y Mercado Laboral: Los desafíos de articulación productiva-reproductiva reflejados en las licencias de maternidad y paternidad".

Además, colaboramos en la promoción y difusión entre colegas o empresas del Proyecto "Protección Social y Mercado Laboral: El reto de la equidad en el Régimen de Asignaciones Familiares", a realizarse durante el 2013.

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

Buscamos incidir en los procesos de políticas públicas aportando todo nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo. En 2012 trabajamos junto a:

- Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI). Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad. Unidad de Empleo para personas con discapacidad. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.



Firma de acuerdo entre CIPPEC y ManpowerGroup Argentina con la presencia de los líderes de ambas organizaciones y parte de los equipos de trabajo.

- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Ministerio de Desarrollo Social de Tierra del Fuego.
- Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires.
- Comisión para la Plena Integración de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas con Discapacidad (CONADIS).
- Fundación UOCRA (Unión Obrera de la Construcción de la República Argentina).
- Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL). Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

Por su parte, nuestro aporte en políticas públicas sobre el mercado laboral se realiza a través las siguientes alianzas:

- Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario (FAETT).
- Cámara Argentina de Empresas de Servicios Empresariales Especializados y Complementarios (CASEEC).

Este año firmamos un convenio con la Fundación UOCRA con el objetivo de trabajar en conjunto en pos de mejorar la empleabilidad de personas con discapacidad.

## PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA CADENA DE VALOR

PROVEEDORES EN CIFRAS	2010	2011	2012
<b>Cantidad</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>3.034</b>	<b>2.809</b>	<b>2.844</b>
COTECsud S.A.S.E.	1.721	1.459	1.474
BENEFITS S.A.	477	412	408
RURALPOWER S.A.	578	681	681
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A.	48	53	46
SALESPower S.A.	200	204	235
<b>Pago a Proveedores (en pesos)</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>84.716.079</b>	<b>108.962.595</b>	<b>147.615.223</b>
COTECsud S.A.S.E.	44.052.772	55.641.009	73.468.168
BENEFITS S.A.	7.640.741	9.347.279	11.808.419
RURALPOWER S.A.	29.771.111	39.612.313	55.518.858
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A.	691.890	626.961	286.377
SALESPower S.A.	2.559.565	3.735.033	6.533.401
<b>Código de Conducta</b>			
% de los nuevos proveedores gestionados por el área de Compras que firmaron la Carta de Adhesión	95%	98%	95%
Cantidad de proveedores que firmaron la Carta de Adhesión	106	69	61
<b>Visitas a proveedores</b>			
Cantidad de visitas a empresas proveedoras	45	24	113
Provincias visitadas	5	1	5
<b>Gestión de Gerencia de Compras</b>			
Cantidad de proveedores incorporados a la base de la Gerencia de Compras	112	71	64
Total acumulado de Proveedores gestionados por la Gerencia de Compras	362	433	497
% proveedores gestionados por Compras vs. Cantidad total de proveedores	12%	15%	17%
% presupuesto gestionado por Compras vs. Pagos consolidado de compras a proveedores	48%	55%	63%



## Sistematización de proveedores para una gestión eficiente

En ManpowerGroup trabajamos para afianzar y fidelizar el vínculo con nuestros proveedores de manera de poder tener relaciones de largo plazo para mutuo beneficio.

Desde el Departamento de Compras seguimos incorporando rubros y empresas a nuestra gestión. En 2012 sumamos cuatro nuevos rubros y ampliamos ocho ya existentes. Los nuevos rubros son: Servicio de Telefonía Fija, Insumos de Limpieza (Nacional), Pisos Flotantes (Nacional), Servicio de Gestor para Área de Logística.

## Proceso de selección y evaluación de proveedores

Nuestro proceso de selección de proveedores tiene en cuenta las siguientes variables: solvencia económica de la empresa, cuestiones legales y aspectos relacionados con sus recursos humanos, higiene y seguridad, tecnología y calidad de sus productos y servicios.

Al momento de contratar el servicio o comprar un producto, los proveedores cumplen con el requisito de firmar nuestro Código de Conducta, los Estándares de Negocio, la política de privacidad de datos y el convenio de confidencialidad. De esta forma, trabajamos en un ámbito claro y transparente y transmitimos nuestros valores a la cadena de valor.

## Plan de visitas

Como parte del proceso de evaluación de los proveedores y para afianzar nuestro vínculo, tenemos un programa de visitas en las cuales nuestros compradores asignados van a las empresas a conocer en detalle el negocio y el ámbito en donde operan: instalaciones, contexto local, etc. En estas visitas se verifican balances contables, información impositiva, documentación sobre los empleados y las condiciones laborales, aspectos de salud y seguridad; y se realiza un informe con las oportunidades de mejora para acompañar al proveedor en su desarrollo.

Durante 2012 realizamos visitas a los proveedores definidos como críticos o estratégicos en la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Santiago del Estero, Tucumán, Córdoba y Santa Fe. En total fueron 113 visitas, registrando un incremento interanual de 400% y logrando el 20% de los proveedores activos.

En 2012 comenzamos a desarrollar un programa de monitoreo de proveedores, con el fin de medir su desempeño a través de indicadores cuantitativos específicos. En esta etapa implementamos el proyecto en el 25% de los rubros en gestión.

## Compras responsables

Gestionamos las compras responsables con el objetivo de poner foco en detectar y desarrollar relaciones con proveedores pertenecientes a proyectos que generen valor social o ambiental.

En 2012, contactamos a Fundación Steps, entidad que es asesorada por ManpowerGroup para realizar la inclusión de jóvenes con discapacidad intelectual al mercado laboral. Este año profundizamos nuestro vínculo, conocimos su trabajo en detalle y compramos sus productos.

## Desarrollo de proveedores locales

Si bien en ManpowerGroup Argentina no tenemos una política formal y específica sobre la contratación de proveedores locales, es una práctica dentro de nuestra gestión evaluar las empresas de las comunidades donde operamos a fin de ser, indirectamente, un motor de desarrollo económico en el interior del país.

En particular, esta práctica se implementa para el sector rural, principalmente para servicios de alojamiento, comidas y atención médica. Estos proveedores son visitados, para conocer las instalaciones y alcance de sus prestaciones, y así garantizar una excelente calidad en el servicio.

A su vez, en estos casos donde el tamaño de las empresas son menores a la demanda de ManpowerGroup, actuamos como soporte financiero al proveedor y nos aseguramos la provisión de los servicios contratados.

Como resultado de estas prácticas, en 2012 el 52% de los proveedores gestionados por el Área de Compras fueron locales.<sup>21</sup>

## Diálogo con proveedores

Por quinto año consecutivo convocamos a nuestros proveedores a un encuentro presencial para dialogar sobre la relación mutua y sobre sus expectativas acerca de nuestra gestión. En esta ocasión participaron 30 empresas y relevamos 7 expectativas.

El diálogo fue realizado según el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES, de la Serie AA1000 de AccountAbility<sup>22</sup> (Institute for Social and Ethical Accountability, Reino Unido), y moderado por un tercero independiente que facilitó el encuentro y fue el responsable del relevamiento de las expectativas.

\*Definición de "esfera de influencia" por la Norma ISO 26000: *Ámbito/enlace de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual una organización tiene la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones.*<sup>23</sup>

Expectativa	Respuesta	Indicador de Cumplimiento
Mantener la fluidez del diálogo, la velocidad de respuesta y la buena predisposición para sostener una relación a largo plazo entre ManpowerGroup y sus proveedores estratégicos.	Seguiremos manteniendo la política del comprador asignado para mantener el contacto fluido y directo, ampliando el alcance del plan de visitas.	Cantidad de visitas planeadas vs. Cantidad de visitas efectuadas.
Continuar con las instancias de diálogo y reuniones periódicas que permiten conciliar posiciones sobre requerimientos, facturación, tiempos de entrega, entre otros.	Desarrollaremos espacios de diálogo para profundizar las relaciones con los diferentes proveedores: contactos telefónicos periódicos, reuniones en nuestras oficinas y en las instalaciones del proveedor cada vez que se considere necesario, invitación a eventos, envío de newsletters con información sobre sustentabilidad, legales, impuestos y otras publicaciones sobre el mercado laboral.	Realización de un dialogo presencial.
Optimizar procesos internos y los espacios donde se incorpora tecnología nueva.	Desarrollaremos e implementaremos un módulo de compras integrado al sistema de la empresa.	Implementación efectiva del módulo durante 2013.
Ampliar el rango de visitas a las oficinas de los proveedores para el desarrollo de investigaciones sobre aspectos del negocio principal, y para comprender a la gente y su relación con el mundo del trabajo.	Ampliaremos el alcance del plan de visitas planeadas a los proveedores.	Cantidad de visitas planeadas vs. Cantidad de visitas efectuadas.
Equilibrar en las decisiones de elección de proveedores cuestiones de calidad y costo.	ManpowerGroup cuenta con un proceso de selección en el que analiza equitativamente calidad y precio del mercado.	Cumplimiento del procedimiento de compra en el 100% de los proveedores.
Continuar con las reuniones entre proveedores y clientes finales, para profundizar las ideas de los propios proveedores para aplicarlas a la gestión con clientes de ManpowerGroup, logrando así un compromiso a largo plazo entre el proveedor, ManpowerGroup y sus clientes.	Esta expectativa esta fuera de nuestra esfera directa de influencia, sin embargo nos comprometemos a mejorar el flujo de información entre el cliente final y el proveedor.	Fecha de entrega pactada vs. Fecha de entrega real.
Evaluar al uso de papel proveniente de fibra de caña de azúcar como papel sustentable, más allá de que no posea la certificación FSC.	Evaluremos este tipo de papel para verificar si es posible su utilización dentro de las necesidades de ManpowerGroup.	Finalización del proceso de evaluación de proveedores activos y potenciales.

### Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor

Difundimos nuestros valores y la importancia de una gestión sustentable del negocio entre nuestros proveedores a partir de diferentes canales de comunicación:

- Capacitamos a los proveedores en temas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), enfocando el encuentro en las Pymes, donde realizamos un autodiagnóstico con cada participante y presentamos herramientas de gestión sustentable para aplicar en sus empresas.
- Distribuimos nuestro Boletines “Compromiso compartido con nuestra cadena de valor” con temáticas de interés para los proveedores: implementación de prácticas sustentables, trabajo infantil, cómo elaborar un código de ética, Derechos Humanos. Durante 2012 recibimos comentarios positivos entre los lectores del Boletín, lo que demuestra el impacto que tiene en los proveedores.
- Información sobre las iniciativas “Construyendo Puentes”, para que los proveedores conozcan sobre la inclusión laboral de personas en desventaja. Además invitamos a algunos proveedores al evento anual donde reconocemos a nuestros “Socios en la inclusión”.

- Campañas de comunicación sobre el Pacto Mundial de Naciones Unidas y temas vinculados con los Derechos Humanos.



Capacitación sobre Responsabilidad Social Corporativa a proveedores de ManpowerGroup Argentina.

21. Son considerados como proveedores locales a todos aquellos que estén fuera del ámbito geográfico de Ciudad de Buenos Aires.

22. [www.accountability.org/aa1000ses](http://www.accountability.org/aa1000ses)

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



Concientización en el Día del Medioambiente a colaboradores de Ciudad de Buenos Aires.

12

## MEDIOAMBIENTE

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Nuestro compromiso con el medioambiente*	Nuestra gestión del impacto ambiental pone el foco en el uso racional de la energía, en la gestión de los residuos, la concientización a empleados y la medición de nuestra Huella de Carbono.	6.2 6.5 6.5.5	4.11 EN18	Principio 7 al 9
Uso racional de energía	Gestionamos responsablemente el uso de la luz, los aires acondicionados, los carteles luminosos y las computadoras para usar racionalmente la energía en nuestras oficinas y sucursales.	6.5 6.5.4	EN5 EN7	Principio 8 y 9
Reciclado de papel y plástico	Participamos activamente en el programa de Reciclado de la Fundación Garrahan desde el año 2004.	6.2 6.5 6.5.5	4.12 EN18	Principio 7 al 9
Gestión de residuos	Remanufacturamos tóners con una empresa externa, donamos el mobiliario en desuso y reciclamos la basura electrónica.	6.5 6.5.3	EN22	Principio 8
Concientización ambiental*	Difundimos entre nuestros empleados la importancia de la preservación del medioambiente.	6.5 6.5.4 6.5.5	EN7 EN18	Principio 7 al 9

\* Cuando es un tema material. Para más información ver el capítulo "Sobre este Reporte".

MEDIOAMBIENTE EN CIFRAS	2010	2011	2012
Reciclado de papel (en kilos)	2.593	1.874	1.008
Compra de papel en resmas (en kilos) <sup>1</sup>	23.666	21.646	17.141
Compra de papel resma por empleado (en kilos)	32	31	28
Compra de papel sanitario (en kilos)	3.938	1.750 <sup>2</sup>	3.700
Reciclado de tapitas de plástico (en kilos)	13	430	23
Reciclado de tóners (en cantidad)	234	126	64 <sup>3</sup>
Compra de tóners (en cantidad)	114	493 <sup>4</sup>	478
Porcentaje de tóners utilizados que son reciclados	67%	20%	13%
Reciclado de basura electrónica (en kilos)	1.240	2.135 <sup>5</sup>	3.200 <sup>6</sup>

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

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

3. El motivo de la disminución del reciclado de tóner deriva en la compra de nuevas impresoras, las cuales deben usar toner nuevos por un año para que tenga validez la garantía.

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

5. El incremento interanual se debe a un proceso de renovación de computadoras y monitores realizados durante el año debido a la amortización de los viejos equipos.

6. El aumento de basura electrónica es a causa de la gran cantidad de equipos obsoletos existentes en 2012, los cuales fueron reemplazados debido a los nuevos requerimientos de hardware de la empresa.

EMISIONES INDIRECTAS DE CO <sup>2</sup>	2011		2012	
	Consumo	Emisiones de CO <sup>2</sup>	Consumo	Emisiones de CO <sup>2</sup>
<b>Viajes en avión</b>				
Tramos h/452 km <sup>1</sup>	5.264	22,13	2.418	3,70 <sup>2</sup>
Tramos h/1600 km <sup>1</sup>	527.376	29.270,50	189.592	5.139,52 <sup>3</sup>
Tramos mayores de 1600km <sup>1</sup>	223.822	1.241,20	578.835	18.212,81 <sup>4</sup>
<b>Viajes en auto (tramos recorridos en KM)</b>				
Nafta	565.799	134,36	2.643.987 <sup>5</sup>	627,85
Diesel	476.700	133,37	3.808.383 <sup>5</sup>	1.065,52
Energía eléctrica (KWh) <sup>6 7</sup>	901.827	273,59	1.273.699	386,40 <sup>8</sup>
Gas natural (m3) <sup>9 10</sup>	7.745	14,60	10.180	19,24 CO <sup>2</sup> <sup>11</sup>
Agua (m <sup>3</sup> ) <sup>12</sup>	635	-	937	-

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

2. Se registró una disminución anual del 83% en este indicador.

3. Se registró una disminución anual del 82% en este indicador.

4. Se registró un aumento anual del 1.367% en este indicador.

5. Ampliamos el alcance de la sistematización del indicador. Siendo que se modificó el alcance del indicador, la comparación interanual queda sin efecto.

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

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

8. Se registró un aumento anual del 41% en este indicador.

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

10. Emisiones de CO2 calculadas según "2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventor".

11. Se registró un aumento anual del 32% en este indicador.

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

## NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

Somos una organización de servicios, con operaciones basadas en oficinas, por lo que nuestro impacto medioambiental puede ser menor en relación a otras industrias. Sin embargo, creemos que es nuestra responsabilidad gestionar nuestros recursos de forma que impacten de la menor manera posible sobre el medioambiente.

Reducción, reutilización y reciclado; estos son los principios bajo los cuales diseñamos mejores prácticas en materia medioambiental. Nuestra gestión del impacto ambiental pone el foco en el uso racional de la energía, en la gestión de los residuos y en la concientización a empleados.

Desde 2010 comenzamos a calcular nuestra Huella de Carbono con el objetivo de ser concientes de lo que consumimos a partir de nuestras acciones y realizar programas para reducir nuestro impacto ambiental.

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

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

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

## CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

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

Con motivo del Día Internacional del Medioambiente el 5 de junio invitamos a nuestros empleados a descargar las piezas de comunicación realizadas por Cascos Verdes<sup>24</sup> y pegarlas en sus oficinas. A su vez, miembros de esta organización dictaron una capacitación presencial en Casa Central para 27 empleados.

## USO RACIONAL DE ENERGÍA

Siendo la utilización de la energía uno de nuestros mayores impactos, trabajamos para disminuir el consumo a partir de acciones que cuidan este recurso y así preservar el medioambiente.

En este marco, apagamos las luces que no son necesarias al retirarnos de cada ambiente, los carteles luminosos en horarios no visibles y los monitores cuando las computadoras no se están utilizando. Con respecto al funcionamiento de los aires acondicionados, estos son programamos a una temperatura de 24°C y cerramos las puertas de espacios no ocupados para conservar la refrigeración.

## RECICLADO DE PAPEL Y PLÁSTICO

Junto a la colaboración de nuestros empleados, participamos activamente en el programa de Reciclado de la Fundación Garrahan desde el año 2004. El objetivo de este programa es obtener recursos económicos para apoyar el desarrollo integral del Hospital Garrahan, institución de referencia para los problemas más graves y complejos de la salud de los niños de todas las regiones de la Argentina.

En este sentido, recolectamos papel y tapitas de plástico en nuestras oficinas. En 2012 recolectamos 23 kilos de tapitas de plástico y 1.008 kilos de papel, que evitaron la tala de 17 árboles. Desde el inicio de nuestra participación en el programa, recolectamos un total de 502 kilos de tapitas y más de 23.000 kilos de papel.





## GESTIÓN DE RESIDUOS

### Remanufacturación de tóners

Llevamos a cabo un proceso cerrado de compra, remanufacturación de tóners y venta de carcasas vacías no reutilizables. Además, cumplimos con la reglamentación de la Secretaría de Medioambiente de la Nación sobre la recarga de los cartuchos con tintas originales.

### Donación de mobiliario

Somos aliados de la iniciativa "Todo sirve" de la Fundación Uniendo Caminos ([www.uniendocaminos.org.ar](http://www.uniendocaminos.org.ar)) por la cual les donamos mobiliario y objetos en desuso.

### Reciclado de basura electrónica

Reciclamos equipos electrónicos que dejan de ser considerados útiles y se convierten en residuos electrónicos. De esta manera aprovechamos sus recursos y evitamos efectos nocivos sobre el medioambiente y la salud de las personas. Asimismo, establecimos un procedimiento para donar los equipos electrónicos en desuso a la Fundación Equidad y recolectamos 3.200 kilos en 2012.



Capacitación ambiental dictada por la organización Cascos Verdes a colaboradores de Casa Central.

24. Cascos Verdes es una organización sin fines de lucro que trabaja a favor de la inclusión social y la conservación ambiental.



13

## CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS 2012 Y DESAFÍOS 2013

AVANZAMOS CON LO QUE NOS PROPUSIMOS...

/ Discontinuo // En Proceso /// Realizado

OBJETIVOS	Grado de cumplimiento	Acciones implementadas en 2012 para su cumplimiento
<b>CLIENTES</b>		
Generar espacios de encuentro con empresas cliente para difundir la Consultoría en Diversidad e Inclusión con el fin de promover el desarrollo de entornos inclusivos en las organizaciones.	///	Organizamos 3 encuentros con empresas cliente y les acercamos información sobre las ventajas de los entornos laborales inclusivos.
Propiciar el intercambio de mejores prácticas y aprendizajes referidos a la implementación del modelo de Empresas Familiarmente Responsables con nuestras empresas cliente, para contribuir al desarrollo de ambientes laborales que favorezcan la conciliación.	///	Presentamos nuestro Plan de Conciliación vida laboral y familiar en el ámbito del Club IFREI en el IAE Business School y en Desayuno sobre Público Interno junto al IARSE en Córdoba, participando en ambos casos a empresas clientes.

/ Discontinuo // En Proceso /// Realizado

CANDIDATOS Y ASOCIADOS		
Implementar un plan de acción renovado con el objeto de mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).	///	El NPS de Asociados aumentó 4,1 puntos porcentuales respecto al año pasado.
Incrementar en 5 puntos porcentuales el Promedio Nacional del Mystery Shopping (de 76% a 81%).	///	El Promedio Nacional del Mystery Shopping fue de 84%, 8 puntos porcentuales más que el año anterior.
Implementar vía e-learning la realización de las inducciones de Seguridad e Higiene para asociados no rurales.	//	Realizamos la prueba piloto con asociados del sector petrolero.
EMPLEADOS		
Identificar puestos claves y altos potenciales con el fin de mejorar continuamente nuestros talentos, y atraer y retener personas de alta calidad en el largo plazo.	//	Implementamos una prueba piloto con la totalidad de los integrantes del Comité de Dirección, quienes trabajaron en la identificación de sus reportes directos.
Reforzar el rol del líder como "desarrollador" con el fin de orientar, guiar y alinear a sus colaboradores.	/	Por cambios organizacionales reorientamos el foco en fortalecer el rol del líder como comunicador a través de capacitaciones y reuniones.
Implementar los talleres de concientización en diversidad para potenciar el desarrollo de líderes inclusivos.	///	Capitamos 145 personas en las modalidades presencial y vía telefónica. De la totalidad de las actividades de capacitación de 2012, el 17% tuvieron relación directa con estos temas.
Implementar la primera etapa del programa "Fomentando Espacios de Aprendizaje", dirigida a los Instructores Internos de la compañía, con el objetivo de garantizar la coordinación y la alineación a los estándares de capacitación de ManpowerGroup. <sup>(1)</sup>	//	Dictamos tres actividades de capacitación a nuevos Instructores "Formador de Formadores". Se formaron 6 grupos con más de 4 participantes por equipo, cada uno a cargo de la creación e implementación de un proyecto de capacitación. Debido a los tiempos de implementación, los cursos se estarán llevando adelante en 2013.
PROVEEDORES		
Ampliar en un 10% los rubros gestionados por el Área de Compras.	///	Ampliamos un 20% los rubros gestionados por el Área de Compras.
Comenzar a desarrollar un sistema de monitoreo para la evaluación de proveedores.	//	Comenzamos a implementar el programa de monitoreo de proveedores, desarrollando indicadores para evaluar su desempeño, logrando evaluar proveedores de casi el 25% de rubros gestionados por Compras.
Avanzar en la detección y análisis de emprendimientos de grupos vulnerables a ser incorporados como organizaciones proveedoras bajo una perspectiva de compras inclusivas y responsables que fomenten el desarrollo local. <sup>(1)</sup>	///	Incluimos proveedores sustentables dentro de nuestra gestión de compras. En 2012 contactamos y comenzamos a trabajar con la Fundación Steps, una entidad que desde hace unos años es asesorada por ManpowerGroup para realizar la inclusión de jóvenes con discapacidad intelectual al mercado laboral. Este año fue la primera vez que establecimos lazos para conocer su trabajo y comprar sus productos.

Implementar un sistema para automatizar procesos y datos, obteniendo información más precisa y fidedigna. <sup>(1)</sup>	//	Debido a los desarrollos más críticos de la operación de ManpowerGroup, se postergaron los ajustes al Módulo de Compras para finales de 2012. Estimamos lanzar la implementación gradual a partir de abril de 2013.
<b>COMUNIDAD</b>		
Adaptar la Escuela de Formación Laboral a todos los colectivos involucrados en los programas de inclusión más allá de la implementación actual enfocada en personas con discapacidad.	///	Modificamos los cursos de la Escuela de Formación Laboral con este fin y capacitamos a 1.333 personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, personas refugiadas y personas mayores de 45 años.
Implementar el programa de formación sanitaria de trabajadores rurales en comunidades no abordadas aún en la provincia de Santiago del Estero, potenciando el involucramiento de los estudiantes de Educación para la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero.	///	Logramos ampliar el programa a Villa Silípica, Villa Nueva, San Juan y San José, donde 3 estudiantes de Educación para la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero participaron de los talleres.
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
Designar un referente interno que coordine la gestión ambiental de la compañía y elabore un plan de acción.	//	Comenzamos a implementar un plan de acción, capacitando a un referente interno para la gestión ambiental.
Avanzar en el alineamiento de la operación local al Sistema de Gestión Ambiental Global definido por ManpowerGroup en 2011, para contribuir a consolidar un trabajo sistematizado de reducción de nuestro impacto ambiental global, concentrando esfuerzos en la mejora del relevamiento de la información.	//	Diseñamos procesos para relevar la información de nuestra gestión ambiental de forma más sistematizada. Resta consensuar el área y colaborador responsable dentro de los equipos que conforman la Dirección de Administración.
Reducir un 10% la utilización de vasos de plástico, con la implementación de una campaña de concientización interna y el reemplazo de éstos por vasos de vidrio.	//	Reemplazamos los vasos de plástico por vasos térmicos. Además, gracias a las acciones de comunicación, también se redujo su consumo en un 50%.
<b>GOBIERNO</b>		
Acompañar a Fundación CIPPEC a través del financiamiento y desarrollo de su proyecto insignia "Protección social y mercado laboral: debates actuales y desafíos de política pública".	///	Co-Financiamos el Proyecto "Protección Social y Mercado Laboral: Los desafíos de articulación productiva-reproductiva reflejados en las licencias de maternidad y paternidad".
Revisar los contenidos del acuerdo marco firmado en 2008 con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para redefinir los lineamientos de nuestra colaboración en los programas de inclusión laboral de grupos vulnerables, implementando acciones concretas.	//	Como resultado de los diálogos establecidos con los equipos técnicos del Ministerio, se ha modificado la propuesta de trabajo hacia el 2013, en relación a la dinámica y contenido sostenidos en el período 2008-2011. La firma de nuevo acuerdo y reformulación de colaboración consecuente, se darán en 2013.

1. Desafío 2011 que había sido parcialmente respondido en el Reporte anterior.

... Y MIRAMOS HACIA EL FUTURO<sup>25</sup>

Desafíos 2013 /
<b>CLIENTES</b>
Llevar a cabo fusiones de sucursales, en búsqueda de agilidad y eficiencia de respuesta sin afectar la calidad de servicios que ManpowerGroup entrega a sus clientes y asociados.
Mejorar la encuesta de satisfacción a nuestros clientes para poder conocerlos con mayor profundidad y seguir fidelizando nuestro vínculo.
<b>CANDIDATOS Y ASOCIADOS</b>
Mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).
Focalizar nuestras acciones de prevención en aquellas empresas cliente que reporten mayores índices de siniestralidad.
Disminuir en 10% la rotación de clientes de nuestra cartera activa.
Potenciar nuestro servicio de Consultoría en Diversidad aumentando la cantidad de clientes en un 20%.
<b>EMPLEADOS</b>
Implementar la identificación de puestos claves y talentos en reportes de directores y sus colaboradores.
Acompañar la readaptación de la estructura de la compañía, redefiniendo roles y perfiles e identificando brecha existente en conocimientos, habilidades y actitudes actuales versus las esperadas.
Instalar espacios de celebración con el objetivo de profundizar el sentimiento de pertenencia de los empleados con la compañía.
<b>PROVEEDORES</b>
Continuar implementando indicadores para la medición del desempeño de los proveedores.
Continuar con el proceso de incorporación de rubros y proveedores a la gestión del área responsable.
Implementar el módulo de Compras dentro del sistema informático de gestión.
<b>COMUNIDAD</b>
Incluir la temática de VIH/SIDA dentro de los objetivos de trabajo del Comité de Diversidad de ManpowerGroup con el fin de poder capacitar y asesorar a los empleados de la organización.
Continuar desarrollando el programa "La mujer en la empresa contemporánea", sumando contactos y nuevas actividades con el fin de mejorar la empleabilidad de mujeres que se encuentran en proceso de reinserción laboral.
<b>MEDIOAMBIENTE</b>
Continuar trabajando en la sistematización de nuestro desempeño ambiental, avanzando en el desarrollo de procesos, estándares e indicadores para reportar con mayor calidad y alcance.
Comenzar a gestionar la desactivación de residuos especiales, evaluando las mejores prácticas en la industria.
<b>GOBIERNO</b>
Continuar apoyando la labor de CIPPEC a través de acompañamiento económico y de gestión al Proyecto "Protección Social y Mercado Laboral: Los desafíos de articulación productiva-reproductiva reflejados en las licencias de maternidad y paternidad".
Firmar nuevo acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires e implementar las acciones consecuentes durante el 2013.

25. Los objetivos presentados en este Reporte fueron planteados por Directores y Gerentes de ManpowerGroup Argentina.





Grupo operativo del Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina.

14

## SOBRE ESTE REPORTE

Secciones	Resumen	Secciones de la ISO 26000	Indicadores GRI	Principios del Pacto Mundial
Alcance y cobertura del Reporte	Reportamos las acciones llevadas a cabo durante el año 2012 para generar valor económico, social y ambiental a nuestros públicos clave y la sociedad en su conjunto.	4.2 4.3	3.1 3.6 3.7	
Lineamientos y Estándares utilizados	Para la elaboración del Reporte usamos los indicadores GRI, la ISO 26000, el estándar AA1000SES y los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.	6.2	4.12 3.5	
Proceso de Elaboración	El Comité de Dirección y un Grupo Operativo conformado por distintas áreas de la empresa participan activamente en la realización de este documento.	6.2	3.5 4.16	
Selección de contenidos	Además de los lineamientos y estándares utilizados, tenemos en cuenta la opinión de nuestros grupos de interés relevada a través de diálogos presenciales y encuestas online.	4.2 4.3 6.2	3.5 3.6 4.16 4.17	

### ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE

En este séptimo Reporte de Sustentabilidad, damos a conocer los programas, acciones e iniciativas llevadas a cabo durante el año 2012 para generar valor económico, social y ambiental a nuestros públicos clave y la sociedad en su conjunto. A su vez, a modo comparativo, incluimos resultados de años anteriores que muestran la evolución de nuestra gestión de sustentabilidad corporativa a lo largo de los últimos años.

Esta herramienta de comunicación es también de gran relevancia para nuestra gestión, ya que nos permite sistematizar nuestro desempeño anual en materia de sustentabilidad, dando a conocer los avances y logros de cada año, y responder a las expectativas de nuestros grupos de interés.

En caso de que la información cuantitativa haya sufrido variaciones en su cálculo y alcance, se encuentra respectivamente aclarado a lo largo del Reporte.

### LINEAMIENTOS Y ESTÁNDARES UTILIZADOS

El Reporte de Sustentabilidad 2012 de ManpowerGroup Argentina fue elaborado siguiendo los principios y lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI), alcanzando un Nivel de Aplicación A.

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

Además, utilizamos la versión final del estándar AA1000SES, desarrollado por AccountAbility, que provee un marco para ayudar a las organizaciones a desarrollar procesos de diálogo robustos, con objetivos y resultados concretos.

Reafirmando nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, damos a conocer a través de esta publicación nuestra Comunicación sobre el Progreso 2012. De esta forma, reflejamos el cumplimiento de cada uno de los

10 Principios sobre derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y anticorrupción, a través del documento “Estableciendo la Conexión” que los relaciona con indicadores de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

## PROCESO DE ELABORACIÓN

A través del proceso de elaboración de nuestro Reporte de Sustentabilidad, buscamos involucrar a todos los niveles de la empresa para sistematizar la información sobre el desempeño sustentable del negocio a lo largo del año.

El proceso cuenta con diferentes etapas, en las cuales involucramos progresivamente desde el Comité de Dirección, hasta representantes de las áreas de la empresa principalmente vinculadas a la gestión de la sustentabilidad.

Para la elaboración del nuevo Reporte de Sustentabilidad, partimos de los aprendizajes y experiencias del año anterior, detectando e incorporando las oportunidades de mejora en el proceso.

Por su parte, la selección de contenidos estuvo a cargo de un Grupo Operativo integrado por diferentes áreas de la compañía, quienes trabajaron sobre la información relevante para los grupos de interés y la empresa, y su posterior validación por el Comité de Sustentabilidad.

Con toda la información relevada, redactamos, diseñamos y publicamos el Reporte de Sustentabilidad 2012 teniendo en

cuenta también los resultados de los diálogos con los grupos de interés realizados desde 2008.

## SELECCIÓN DE CONTENIDOS

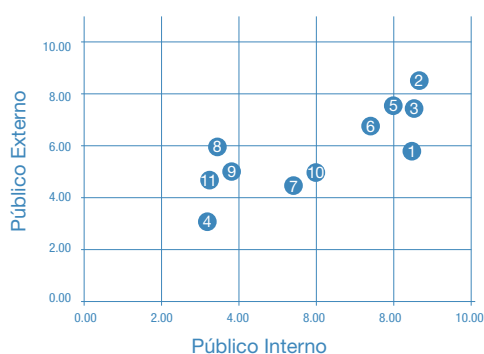
La información incluida en nuestro Reporte de Sustentabilidad 2012 fue seleccionada en base a un análisis de materialidad siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por GRI en el marco del lanzamiento de la nueva Guía G3 y la serie AA1000 de Accountability.

Las etapas de este proceso incluyeron:

- Identificación de los asuntos materiales a comunicar en función de las expectativas de nuestros públicos clave y los objetivos de la empresa.
- Priorización de estos temas según el grado de relevancia para ser implementados y comunicados con el público interno y externo.
- Cruce de los resultados obtenidos en la priorización y revisión interna de los contenidos del Reporte.

En este proceso participaron: a nivel interno, el Comité de Dirección y el Grupo Operativo, y en representación de los grupos de interés de ManpowerGroup Argentina, 38 personas invitadas a dos diálogos presenciales donde se relevaron expectativas para mejorar los Reportes de Sustentabilidad.

## TEMAS RELEVANTES A INCLUIR EN EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2012



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

## Rendición de cuentas de los temas materiales dentro del Reporte de Sustentabilidad 2012

Puntaje <sup>(1)</sup> /	Asunto material	/ Sección del Reporte
1	Compromiso con las personas.	7, 8, 9, 10, 2.5, 10, 2.7
2	Inserción de grupos vulnerables en el mercado laboral (género, personas con discapacidad, comunidades aborígenes).	8
3	Derechos Humanos y laborales en la cadena de valor.	7
4	Estrategia de Recursos Humanos vinculada a temas de sustentabilidad.	9
5	Programas de Responsabilidad Social Corporativa.	8
6	Voluntariado Corporativo.	8.1
7	Gobierno Corporativo.	4
8	Incidencia en Políticas Públicas sobre el mercado laboral.	5.4, 11.3
9	Concientización ambiental en comunidades donde opera ManpowerGroup.	12.5
10	Relacionamiento con sindicatos, vinculado a empleados y asociados.	10, 2.5
11	Huella de carbono.	12

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



15

## TABLA DE INDICADORES GRI Y COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO 2012

El Reporte de Sustentabilidad 2012 de ManpowerGroup Argentina fue elaborado siguiendo la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), alcanzando un Nivel de Aplicación A.

### Referencias:

- Indicador no respondido.
  - Indicador respondido parcialmente según los requisitos del protocolo de la Guía GRI.
  - Indicador totalmente respondido según los requisitos del protocolo de la Guía GRI.
- n/d: Significa no disponible durante el período de elaboración de este Reporte de Sustentabilidad. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos Reportes.
- n/a: Significa que no aplica a las actividades de la empresa.
- (P) Indicador principal.
- (A) Indicador adicional.

		/ Principios del Pacto Global	/ Cláusulas ISO 26000	/ Estado	/ Secciones
<b>VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>					
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.		6.2	●	4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.		6.2	●	4-5, 10-16, 22-25, 62-65
<b>PERFIL</b>					
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
2.1	Nombre de la organización.			●	6
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.			●	6-7
2.3	Estructura operativa de la organización.		6.2	●	6-7
2.4	Localización de la sede principal de la organización.			●	(1)
2.5	Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.			●	8
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.			●	(2)
2.7	Mercados servidos.			●	6-7, 45-46
2.8	Dimensiones de la organización informante.			●	8-9
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.			●	6
2.10	Premios y distinciones recibidos.			●	16-17
<b>PARÁMETROS DEL REPORTE</b>					
<b>PERFIL DEL REPORTE</b>					
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el reporte.			●	66
3.2	Fecha del reporte anterior más reciente.			●	(3)
3.3	Ciclo de presentación de reportes.			●	(3)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.			●	Retiración de Contra- tapa
<b>ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE</b>					
3.5	Proceso de definición del contenido del reporte.			●	66-67
3.6	Cobertura del reporte.			●	66-67
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del reporte.			●	66-67
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.			●	(4)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.			●	9, 30, 43, 45, 51, 59
3.10	Efecto de la reexpresión de información de reportes anteriores.			●	(4)
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el reporte.			●	(5)
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO GRI</b>					
3.12	Tabla de contenidos GRI.			●	68-75
<b>VERIFICACIÓN</b>					
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.		7.5.3	●	(6)

## GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

### GOBIERNO

4.1	Estructura de gobierno de la organización.	6.2	●	10, (7)
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	6.2	●	(8)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	6.2	●	(9)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	6.2	●	11, (10)
4.5	Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	6.2	●	11
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	6.2	●	11, 14-15, 53-54
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	6.2	●	11
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	6.2	●	7, 14, 53
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	6.2	●	10-11
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	6.2	●	11

### COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS

4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Principio 7	6.2	●	4, 10-11, 14, 60
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.		6.2	●	15-16, 19-20, 23-25, 28-35, 54-55, 60-61, 66-67
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		6.2	●	16, 23-25, 29-30, 31, 32, 33, 34, 35

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		6.2	●	19, 20-21
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		6.2	●	19, 20-21, (11)
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.		6.2	●	11, 19-21, 28, 38-40, 42, 46, 47, 49-50, 56-57
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.		6.2	●	19-20, 38, 42, 46, 49, 56-57, (12)

## INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

ENFOQUE DE GESTIÓN 6.2, 6.8 ● 4, 8-9, 13

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido.	6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	●	8-9
---------	---	--------------------------	---	-----



		/ Principios del Pacto Global	/ Cláusulas ISO 26000	/ Estado	/ Secciones
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	Principio 7	6.5.5	●	(13)
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.			●	(14)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.			●	(15)
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>					
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Principio 1	6.4.4, 6.8	●	(16)
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.		6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7	●	56, (17)
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Principio 6	6.8, 6.8.5, 6.8.7	●	(18)
<b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>					
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.		6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9	●	28-35, (19)
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.		6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9	●	15-16, 23-25, 28-35, 54-57
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>					
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			6.2, 6.4, 6.3.10	●	13, 37, 40, 42, 43
<b>EMPLEO</b>					
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.		6.4, 6.4.3	●	37
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Principio 6	6.4, 6.4.3	●	38
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.		6.4, 6.4.3, 6.4.4	●	(20)
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>					
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Principio 1 y 3	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10	●	(21)
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	Principio 3	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5	●	(22)
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>					
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	Principio 1	6.4, 6.4.6	●	(23)
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Principio 1	6.4, 6.4.6	●	43
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	Principio 1	6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.8	●	(24)
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Principio 1	6.4, 6.4.6	●	(25)
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>					
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.		6.4, 6.4.7	●	40-41

		/ Principios del Pacto Global	/ Cláusulas ISO 26000	/ Estado	/ Secciones
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.		6.4, 6.4.7, 6.8.5	●	40-41
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.		6.4, 6.4.7	●	41
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDAD</b>					
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	Principio 1 y 6	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3	●	37
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Principio 1 y 6	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4	●	(26)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>					
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			6.2, 6.3	●	13, 15-16, 23-25
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>					
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos.	Principio 1-6	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.6.6	●	15-16, 23-25, (27)
HR2 (P)	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	Principio 1-6	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	●	23-25, 55-56
HR3 (A)	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	Principio 1-6	6.3, 6.3.5	●	24-25, 29, 30, 40, 53
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>					
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Principio 1, 2 y 6	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	●	(28)
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>					
HR5 (P)	Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas.	Principio 1-3	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5	●	(29)
<b>EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>					
HR6 (P)	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	Principio 1,2, 4 y 5	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10	●	14, 15-16, 23-25, 34-35, 54, 57
<b>TRABAJOS FORZADOS</b>					
HR7 (P)	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	Principio 1, 2 y 4	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10	●	(30)
<b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>					
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	Principio 1 y 2	6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	●	(31)
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>					
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Principio 1 y 2	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7	●	(30)

		Principios del Pacto Global	Cláusulas ISO 26000	Estado	Secciones
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>					
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			6.2, 6.6, 6.8	●	13, 15-16, 53-55
<b>COMUNIDAD</b>					
<b>SO1 (P)</b>	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.		6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.6.7	●	13, 15-16, 28-35
<b>CORRUPCIÓN</b>					
<b>SO2 (P)</b>	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Principio 10	6.6, 6.6.3	●	11, 14-15, 53
<b>SO3 (P)</b>	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	Principio 10	6.6, 6.6.3	●	53
<b>SO4 (P)</b>	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Principio 10	6.6, 6.6.3	●	(32)
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>					
<b>SO5 (P)</b>	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	Principio 1-10	6.6, 6.6.4, 6.8.3	●	16, 23-25, 54-55
<b>SO6 (A)</b>	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	Principio 10	6.6, 6.6.4, 6.8.3	●	(33)
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>					
<b>SO7 (A)</b>	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.		6.6, 6.6.5, 6.6.7	●	(34)
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>					
<b>SO8 (P)</b>	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.		6.6, 6.6.7	●	(35)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>					
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			6.2, 6.6, 6.7	●	49-51
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>					
<b>PR1 (P)</b>	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	Principio 1	6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5	●	49-51
<b>PR2 (A)</b>	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.	Principio 1	6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5	●	(36)
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>					
<b>PR3 (P)</b>	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	Principio 8	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9	●	(37)
<b>PR4 (A)</b>	Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Principio 8	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9	●	(37)
<b>PR5 (A)</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.		6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9	●	46
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>					
<b>PR6 (P)</b>	Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.		6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9	●	(38)
<b>PR7 (A)</b>	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.		6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9	●	(32)

		/ Principios del Pacto Global	/ Cláusulas ISO 26000	/ Estado	/ Secciones
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>					
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Principio 1	6.7, 6.7.7	●	54, (32)
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>					
PR9 (P)	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		6.7, 6.7.6	●	(32)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>					
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			6.2, 6.5	●	14, 16, 60
<b>MATERIALES</b>					
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Principio 8	6.5, 6.5.4	●	59
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4	●	59-60
<b>ENERGÍA</b>					
EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Principio 8	6.5, 6.5.4	●	59
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Principio 8	6.5, 6.5.4	●	59
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4	●	59
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4	●	61, (39)
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4	●	60
<b>AGUA</b>					
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	Principio 8	6.5, 6.5.4	●	59
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Principio 8	6.5, 6.5.4	●	(40)
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4	●	(40)
<b>BIODIVERSIDAD</b>					
EN11 (P)	Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Principio 8	6.5, 6.5.6	●	(41)
EN12 (P)	Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Principio 8	6.5, 6.5.6	●	(41)
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	Principio 8	6.5, 6.5.6	●	(41)
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Principio 8	6.5, 6.5.6	●	(41)
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Principio 8	6.5, 6.5.6	●	(41)
<b>EMISIÓN, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>					
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio 8	6.5, 6.5.5	●	59
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio 8	6.5, 6.5.5	●	59
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Principio 7, 8 y 9	6.5, 6.5.5	●	59
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Principio 8	6.5, 6.5.3	●	(42)
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Principio 8	6.5	●	(43)
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Principio 8	6.5	●	(43)
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Principio 8	6.5	●	(44)
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Principio 8	6.5	●	(45)

	Principios del Pacto Global	Cláusulas ISO 26000	Estado	Secciones
EN24 (A) Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	Principio 8	6.5	●	(43)
EN25 (A) Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	Principio 8	6.5, 6.5.4, 6.5.6	●	(43)
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>				
EN26 (P) Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.	Principio 7, 8 y 9	6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5	●	(43)
EN27 (P) Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.	Principio 8 y 9	6.5, 6.5.4, 6.7.5	●	(43)
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>				
EN28 (P) Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Principio 8	6.5	●	(32)
<b>TRANSPORTE</b>				
EN29 (A) Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	Principio 8	6.5, 6.5.4, 6.6.6	●	59
<b>GENERAL</b>				
EN30 (A) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Principio 7, 8 y 9	6.5	●	(46)

**Notas:**

1. La sede principal de ManpowerGroup se encuentra en Wisconsin, Estados Unidos. La sede principal de ManpowerGroup Argentina se encuentra en Buenos Aires.
2. ManpowerGroup, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes cinco sociedades: Cotecsud Compañía Técnica Sudamericana S.A.S.E., Benefits S.A., Ruralpower S.A., Right Management Argentina S.A., Salespower S.A.
3. Realizamos el Reporte de Sustentabilidad anualmente. El Reporte anterior a ésta publicación corresponde a 2011.
4. No se produjeron cambios significativos en ManpowerGroup Argentina que puedan afectar la comparabilidad de información reportada.
5. No se produjeron cambios significativos en el alcance, cobertura y metodología en relación a los Reportes de Sustentabilidad anteriores.
6. El Reporte de Sustentabilidad 2012 de ManpowerGroup Argentina no cuenta con una verificación externa.
7. A diciembre 2012, el Comité de Dirección continúa conformado al igual que el año anterior. Para conocer en profundidad su composición, ver las páginas 10 y 73 del Reporte de Sustentabilidad 2011 de ManpowerGroup Argentina.
8. El Presidente del Directorio ocupa una posición ejecutiva en ManpowerGroup Argentina como Director General.
9. No hay Directores independientes en el Directorio y el Comité de Dirección.
10. No hay un contacto directo con nuestros accionistas, porque ManpowerGroup Argentina es una filial de ManpowerGroup y no posee accionistas directos en la Argentina.
11. Identificamos los grupos de interés junto al Grupo Operativo responsable del proceso de recolección de información publicada en este Reporte.
12. En cada actividad que desarrollamos, recolectamos testimonios de los protagonistas que nos ayudan a seguir mejorando nuestros programas. Algunos de ellos fueron publicados en las páginas 20 y 21.
13. Las actividades de ManpowerGroup Argentina no tienen incidencia significativa en el cambio climático por lo cual la relación de este con los resultados financieros no son objeto de análisis en la gestión de la empresa.
14. En 2012, se pagaron \$ 28.922.000 en contribuciones a la seguridad social, que incluye los aportes establecidos en la legislación vigente. Los Miembros de Directorio con roles ejecutivos poseen planes de retiro a cargo de la organización.
15. ManpowerGroup Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.
16. En 2012 las bandas salariales mínimas de escala inicial del personal convenionado y no convenionado se ubicaron un 226,67% sobre el salario mínimo vital y móvil de la Argentina vigente a diciembre de 2012.
17. ManpowerGroup Argentina no tiene una política formal específica, pero sí una práctica a favor de este esquema que se fue desarrollando sobre todo en el interior del país.
18. La legislación laboral argentina establece un marco de igualdad de oportunidades y de no discriminación que no permite formalizar un modelo de reclutamiento condicionado por parámetros de contratación como podría ser la selección por

- residencia geográfica. El 100% del personal de nivel gerencial y directivo de ManpowerGroup Argentina es argentino.
19. Como creadores de soluciones innovadoras para la fuerza laboral, buscamos potenciar el mundo del trabajo. En este sentido, concentramos nuestros esfuerzos e inversiones en aumentar la competitividad de las personas, incorporar grupos vulnerables al mercado laboral, haciendo del mismo un espacio más inclusivo. Por otro lado, trabajamos para mejorar las condiciones laborales de nuestros aliados, invirtiendo en centros habitacionales para proveedores de alojamiento y comedores.
20. Principales beneficios para empleados permanentes en 2012: beneficios educativos, plan integral de conciliación, almuerzos aniversarios de ingreso a la compañía, celebración de fin de año, reconocimiento económico por cumplimiento de objetivos, reconocimiento especial a la trayectoria laboral a partir de los 5 años de antigüedad, descuentos y promociones, regalos en fechas especiales (nacimiento, matrimonio).
21. En 2012, 218 empleados fueron cubiertos por un convenio colectivo.
22. Las notificaciones sobre cambios organizativos se realizan cumpliendo la legislación vigente en nuestro país.
23. En ManpowerGroup Argentina contamos con un Responsable de Higiene y Seguridad, y un grupo de líderes quienes trabajan en la prevención y capacitación de riesgos de oficina, incendios y evacuación. Además, contratamos los servicios de un experto independiente para gestionar los riesgos de seguridad laboral. En este marco, actualmente no consideramos prioritario la conformación de un Comité de salud y seguridad.
24. Actualmente el área de Capacitación se estará enfocando y acompañando la gestión comercial y operativa del negocio, por lo que se prevé realizar este tipo de acciones en 2014.
25. En ManpowerGroup Argentina no contamos con acuerdos formales con sindicatos.
26. No existen diferencias entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.
27. En 2012 no hubo acuerdos de inversión significativos.
28. Durante 2012, no hubo incidentes de discriminación.
29. No se produjeron actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos.
30. No se realizaron operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.
31. ManpowerGroup Argentina no cuenta con personal de seguridad ni terceriza este servicio en las oficinas centrales ni en sus sucursales.
32. ManpowerGroup Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.
33. ManpowerGroup Argentina no realiza aportes a partidos políticos o instituciones relacionadas. Rechaza la utilización de fondos, propiedad y otros recursos de la



compañía para realizar contribuciones o proporcionar beneficios para candidatos, partidos o actividades políticas.

34. En ManpowerGroup Argentina cumplimos plenamente las leyes y normas que prohíben los acuerdos que interfieren con la competencia leal y con frecuencia acarrear sanciones severas, y no toleramos ninguna conducta que viole estos requisitos. En 2012 no hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.

35. Durante 2012, todas las compañías del grupo Manpower en su conjunto, abonaron en concepto de multas por incumplimientos a normativas de índole laboral, la suma de \$105.439,36.

36. No se registraron incidentes.

37. El negocio de ManpowerGroup Argentina no se encuentra regulado en cuanto al tipo de información que la empresa debe suministrar sobre sus servicios al cliente.

38. Si bien ManpowerGroup Argentina no está adherida a estándares o códigos voluntarios de comunicación y publicidad, nos esforzamos por presentar sólo información exacta y veraz acerca de nuestros productos y servicios en las presentaciones, las conversaciones con clientes y el material publicitario y promocional.

39. Dada la naturaleza de las operaciones de ManpowerGroup Argentina, este indicador no aplica a la compañía. Igualmente, ManpowerGroup Argentina realiza campañas de concientización ambiental entre sus empleados, asociados y candidatos.

40. ManpowerGroup Argentina se abastece de agua a través de la red de abastecimiento público para el consumo de sus empleados, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso.

41. No se registran terrenos adyacentes o espacios considerados áreas protegidas de alta biodiversidad cercanos a las operaciones de ManpowerGroup Argentina, según lo establecido por el Sistema Federal de Áreas Protegidas (SIFAP).

42. Si bien el consumo de sustancias destructoras de la capa de ozono no es significativo para ManpowerGroup Argentina, utilizamos gases para los sistemas de refrigeración no contaminantes para el medioambiente.

43. Dada la naturaleza de las operaciones de ManpowerGroup Argentina, este indicador no aplica a la compañía.

44. Buscamos la mejora progresiva en cuanto al alcance de la medición de este indicador, con el nivel de desglose requerido. Trabajaremos para evaluar este indicador y sistematizarlo para el año 2015.

45. No se registraron derrames ambientales significativos.

46. A partir de 2013 la gestión de medioambiente estará a cargo de un área específica, que permitirá a ManpowerGroup Argentina contabilizar las inversiones y gastos relacionados con la preservación ambiental.

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

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

#### PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

---

##### **Coordinación General**

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

##### **Facilitadores Externos**

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

##### **Diseño**

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



ManpowerGroup™