

2014

MANPOWERGROUP ARGENTINA

Reporte de Sustentabilidad

Transformando las necesidades de las organizaciones en oportunidades para las personas, construimos comunidades más sostenibles



ManpowerGroup™

Índice

pág. 06 Sobre este reporte

pág. 18 La sustentabilidad como eje en nuestra gestión

pág. 10 Nuestra Empresa

pág. 26 Nuestro gobierno corporativo y la sustentabilidad

pág. 14 Identificación e involucramiento con las partes interesadas

pág. 32 El valor de los derechos humanos en la gestión del negocio



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

pág. 36 Nuestro compromiso y participación activa en el desarrollo de la comunidad

pág. 62 Prácticas de negocio responsable

pág. 44 Acciones con empleados

pág. 70 Medioambiente

pág. 78 Tabla de indicadores GRI y comunicación sobre el progreso 2014

pág. 52 Asuntos con clientes, asociados y candidatos

pág. 74 Cumplimiento de objetivos 2014

Mensaje de Alfredo Fagalde

En este año tan especial, en el que celebramos el 50° aniversario de ManpowerGroup en Argentina, tengo el orgullo de presentar nuestro noveno Reporte de Sustentabilidad. Este documento, muy relevante para nuestra gestión, comunica y resume el desempeño en materia económica, social y ambiental de la compañía para 2014.

Con base en la fortaleza de nuestros valores corporativos, continuamos buscando consistentemente desarrollar nuestros negocios, haciendo de esta organización un buen lugar para trabajar, un mejor socio comercial y un ciudadano corporativo confiable. Distinguidos por nuestra cultura de integridad y rendición de cuentas, hemos podido construir vínculos fecundos y de largo plazo con todos nuestros públicos de interés.

En 2014 la economía argentina registró ciertos niveles de retracción y, en lo que respecta específicamente a las cifras oficiales del mercado de provisión de Personal temporario; se evidenció una caída de más de 20.000 personas ocupadas en promedio comparado con 2013. Si bien esta merma del 15% impactó en el volumen de servicios prestados, la estrategia llevada adelante durante el año permitió mitigar impactos. De esta manera, logramos incrementar nuestra participación en el mercado en un punto porcentual, lo que implicó un crecimiento de market share equivalente al 7%.

Siguiendo con el espíritu de continua evolución en el desarrollo de nuestro negocio, y trabajando siempre para que la comunicación y vínculo con nuestros grupos de interés sea cada vez más efectiva, este año focalizamos nuestras inversiones en herramientas tecnológicas, centralización de procesos y funciones de soporte al negocio que nos permitieron mejorar la productividad. A principios de 2014, lanzamos nuestro Sistema Eficiente de Reclutamiento (SER) con el fin de optimizar los procesos y los resultados de reclutamiento y brindar una respuesta más ágil a los requerimientos de nuestros clientes, aumentando así nuestra competitividad en el mercado.

Por otro lado, implementamos un nuevo portal para nuestros empleados asociados, que permite gestionar de manera ágil -y sin necesidad de concurrir a nuestras sucursales- la mayoría de los procesos vinculados a la administración de los perfiles laborales de cada uno. Asimismo, renovamos completamente el diseño y los contenidos de nuestra página web, generando una interfaz más dinámica, amigable y a medida de los diversos públicos con los que nuestra organización se relaciona.

En relación al diálogo con nuestros colaboradores, clientes y proveedores, este año comenzamos a utilizar la plataforma de Google+. Esta herramienta cambió la forma de compartir información y modificó nuestra cultura de relacionamiento ya que apunta a la simplicidad, eficiencia, calidad y productividad, mejorando así nuestras comunicaciones.

En materia de satisfacción de clientes, vale la pena mencionar que obtuvimos el valor más alto (NPS - Net Promoter Score) desde la implementación de la encuesta, logrando 8/10 puntos en promedio. Los atributos más valorados fueron la facilidad para comunicarse con representantes de la Compañía y la velocidad de respuesta.

Estas y otras acciones que desarrollamos en 2014 con el fin de generar valor para la sociedad y nuestro entorno, están presentes en este Reporte de Sustentabilidad, donde además ratificamos nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Los invito a recorrer estas páginas y hacernos llegar sus comentarios y opiniones sobre la publicación, así como de nuestra gestión, para que juntos podamos seguir creando soluciones innovadoras para el mercado laboral en favor del desarrollo sustentable de nuestro país.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alfredo Fagalde'.

Alfredo Fagalde
Director General

Mensaje de María Amelia Videla

Desde ManpowerGroup estamos fuertemente comprometidos con la generación de valor social y ambiental en las acciones que llevamos adelante. Trabajamos así con todas las áreas de la empresa para cumplir con altos estándares de conducta y ética corporativa, y mejorar día a día el vínculo con nuestros grupos de interés.

En este marco, durante 2014 seguimos avanzando en la mejora de nuestra gestión sustentable identificando los temas relevantes para nuestro sector y nuestra Compañía, y desarrollando en consecuencia procesos para beneficio de todos los públicos. Entre los principales temas abordados desde la perspectiva de la sustentabilidad destacamos nuestro trabajo en materia de derechos humanos con particular foco en inclusión y diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación; así como también concientización y prevención acerca de prácticas abusivas de empleo.

Asimismo, continuamos sosteniendo y generando nuevas alianzas con organismos gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para incidir en los procesos de políticas públicas, aportando nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo.

Buscamos además consolidar nuestros progresos en relación al gobierno corporativo profundizando el rol del Comité de Dirección, quien participa activamente en la elaboración del Reporte; procurando a la vez difundir y concientizar a todos nuestros líderes acerca de los desafíos prioritarios que la organización establece en pos de una gestión sustentable.

Para la elaboración del Reporte utilizamos la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global, los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, el estándar AA1000SES de AccountAbility y la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

En materia ambiental, continuamos concientizando a nuestros colaboradores y públicos externos sobre el uso eficiente de los recursos naturales y desarrollando programas de reciclado. En 2014 implementamos un sistema de facturación electrónica con el fin de reducir el consumo de papel y servicios electrónicos, y comenzamos a utilizar un nuevo software para mejorar la información recolectada sobre el monitoreo de nuestra huella de carbono.

Estas acciones, junto con la dedicación de nuestros colaboradores en gestionar responsablemente nuestro negocio, nos permitieron obtener diferentes reconocimientos. Continuamos siendo la única empresa especializada en Recursos Humanos reconocida por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR) que realiza la Universidad de Navarra de España junto a la Universidad de Tres de Febrero. Además, el estudio reconoce a la compañía como líder en el segmento de Consultoría, una de las Top 30 entre las Compañías más Éticas y Responsables; y una de las 100 compañías más atractivas para trabajar. Por otro lado, por sexto año consecutivo formamos parte de las 10 empresas más sustentables de la Argentina merced al Premio "Ciudadanía Empresarial" de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina (AMCHAM).

Esperamos que este Reporte, que valida un año más nuestro compromiso por rendir cuentas a todos nuestros públicos, sea de su interés y contribuya a que conozca más sobre ManpowerGroup Argentina, nuestra gestión sustentable y vocación por crear soluciones innovadoras para el mercado laboral buscando asegurar la sustentabilidad del talento para beneficio de las empresas, comunidades y personas.



María Amelia Videla
Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos

A través del Reporte de Sustentabilidad 2014 de ManpowerGroup Argentina comunicamos a los grupos de interés el desempeño económico, social y ambiental durante este período. A su vez, a modo comparativo, incluimos resultados de años anteriores que muestran la evolución de nuestra gestión de sustentabilidad a lo largo de los últimos años.

Para su elaboración utilizamos la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI¹), alcanzando el nivel "de conformidad" esencial; la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social² como herramienta de diagnóstico y base

para la construcción de la estructura del Reporte; y el estándar AA1000SES, desarrollado por AccountAbility³, que provee un marco para ayudar a las organizaciones a realizar procesos de diálogo robustos, con objetivos y resultados concretos. Este documento es también nuestra Comunicación sobre el Progreso 2014, en donde damos cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas⁴ a partir de la conexión con los indicadores GRI.

Para la selección de contenidos del Reporte realizamos en 2013 un Análisis de Materialidad con el Comité de Dirección,

12 miembros del Grupo Operativo, representantes de todas las áreas de la empresa, responsables del relevamiento de la información para el Reporte y 38 personas representantes de nuestros grupos de interés: empleados, clientes, organizaciones aliadas, referentes de RSE, sector público, academia y proveedores a través de los diálogos presenciales.

Como resultado del Análisis de Materialidad, seleccionamos los asuntos estratégicos que están incluidos en este Reporte y definen los indicadores GRI respondidos en la Tabla de Contenidos al final del documento.

PROCESO DE SELECCIÓN DE CONTENIDOS DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2014

ETAPA	Identificación	Priorización	Validación
EJERCICIO	Identificamos los aspectos a analizar sin importar si el impacto ocurre dentro o fuera de la organización.	Selección de los aspectos materiales de la Guía G4 para la gestión de sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina.	Aval del Comité de Dirección para garantizar que el Reporte tenga los asuntos materiales seleccionados y que éstos sean los temas estratégicos para la gestión de sustentabilidad de la compañía.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos del Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina. • Los aspectos planteados por GRI para la elaboración de su Guía G4 según cada categoría. • Visión de los grupos de interés: el listado de 11 temas materiales seleccionados por los grupos de interés durante un proceso de consulta en 2013, y avalado por el Comité de Dirección y los actores participantes a los siguientes encuentros de diálogo. • Tabla de relacionamiento: tabla que conecta los aspectos de la Guía G4 de GRI con los temas relevantes seleccionados por los grupos de interés de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de la identificación: Tabla de relacionamiento entre los aspectos de la Guía G4 de GRI con los temas relevantes seleccionados por los grupos de interés de la empresa. • Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI). • Diálogo con grupos de interés presencial bajo el estándar AA1000SES. Trabajo con el Grupo Operativo durante todo el proceso. • Jornada de lanzamiento del Reporte con el Comité de Dirección. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de la priorización: listado de aspectos GRI materiales seleccionados a partir de un gráfico de doble entrada. • Presentación al Comité de Dirección.

Aspectos de GRI	Valoración Interna	Valoración Externa	Valoración General ⁶	Temas materiales	Alcance de grupos de interés		
EC	Desempeño Económico	3,83	3,54	3,69	Material	Accionistas / Sociedad	
	Presencia en el Mercado	3,71	3,41	3,56	Material	Accionistas / Sociedad	
	Impactos Económicos Indirectos	2,96	3,11	3,04	Material	Sociedad	
	Prácticas de Contratación	3,33	3,58	3,46	Material	Proveedores	
EN	Materiales	1,75	2,27	2,01			
	Energía	1,83	2,53	2,18	Material	Sociedad	
	Agua	1,63	2,50	2,07			
	Biodiversidad	1,29	1,85	1,57			
	Emisiones	1,33	2,25	1,79	Material	Sociedad	
	Efluentes y residuos	1,29	2,05	1,67			
	Productos y servicios	1,79	2,80	2,30			
	Cumplimiento normativo	2,50	3,27	2,89			
	Transporte	1,42	2,68	2,05			
	General	1,63	2,65	2,14			
	Evaluación Ambiental de Proveedores	2,17	2,85	2,51			
	Mecanismos de reclamos sobre impactos ambientales	1,63	2,60	2,12			
LA	Empleo	4,00	3,70	3,85	Material	Empleados	
	Relaciones Empresa/Trabajadores	3,92	3,67	3,80	Material	Empleados	
	Salud y Seguridad Ocupacional	3,42	3,53	3,48	Material	Empleados / Sociedad	
	Formación y Educación	3,08	3,70	3,39	Material	Empleados	
	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	3,75	3,80	3,78	Material	Empleados	
	Igualdad de remuneración entre mujeres y hombres	3,58	3,67	3,63	Material	Empleados	
	Evaluación de Proveedores sobre Prácticas Laborales	3,08	3,38	3,23	Material	Proveedores	
	Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	2,88	3,36	3,12	Material	Sociedad	
	HR	Inversión	2,63	3,19	2,91		
		No discriminación	3,42	3,62	3,52	Material	Empleados / Sociedad
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		3,00	3,25	3,13	Material	Empleados / Proveedores / Sociedad	
Explotación Infantil		3,83	3,58	3,71	Material	Empleados / Proveedores / Sociedad	
Trabajos Forzados u obligatorios		3,58	3,53	3,56	Material	Empleados / Proveedores / Sociedad	
Prácticas de Seguridad		3,42	3,34	3,38	Material	Proveedores	
Derechos de los indígenas		2,33	3,34	2,84			
Evaluación		2,25	3,42	2,84			
Evaluación de Proveedores sobre Derechos Humanos		2,83	3,03	2,93			
Mecanismos de Reclamos sobre Derechos Humanos		3,04	2,91	2,98			

RESULTADO	Aspectos de GRI	Valoración Interna	Valoración Externa	Valoración General ⁶	Temas materiales	Alcance de grupos de interés
SO	Comunidades Locales	2,96	3,33	3,15	Material	Sociedad
	Anti-corrupción	3,38	3,48	3,43	Material	Empleados / Sociedad
	Política Pública	2,75	3,04	2,90		
	Comportamiento de competencia desleal	3,33	3,06	3,20	Material	Sociedad
	Cumplimiento normativo	3,38	3,23	3,31	Material	Sociedad
	Evaluación de Proveedores de impactos en la sociedad	2,42	2,80	2,61		
	Mecanismos de Reclamos sobre impactos en la sociedad	2,33	2,77	2,55		
PR	Salud y Seguridad de Clientes	2,61	3,24	2,93		
	Etiquetado de Productos y Servicios	1,54	2,28	1,91		
	Comunicaciones de marketing	3,00	3,01	3,01	Material	Clientes / Asociados
	Privacidad del Cliente	3,29	3,37	3,33	Material	Clientes / Asociados
	Cumplimiento normativo	3,13	3,27	3,20	Material	Sociedad

6. Resultado del promedio entre la valoración de la compañía y los grupos de interés.

02

Nuestra Empresa

80

países a nivel mundial

3,100

oficinas en todo el mundo

15

provincias en Argentina donde estamos presentes

40

sucursales

13,1%

del personal ocupado empleado por ManpowerGroup

13,6%

de Market Share en pesos sobre facturación

Resultados financieros (en millones de pesos)

	2013	2014
Activos	423,2	526,2
Ventas totales	1.407,1	1.662,3
Gastos de Administración y Comerciales	189,5	199,4
Gastos Publicidad	1,5	1,5
Resultado Neto	5,3	4,5
Capital Social	60,8	69,8
Patrimonio Neto	157,8	156,4
Total Impuestos	310,3	395,7



1.594
clientes



29.449
asociados



10.892
horas de capacitación



95 millones
de pesos en sueldos



48 millones
de pesos en cargas sociales



18,5%
tasa de rotación



2.047
proveedores

En 2014 continuamos avanzando consistentemente haciendo de nuestra organización un buen lugar para trabajar, un mejor socio comercial y un ciudadano corporativo confiable. Nuestro espíritu por hacer negocios sustentables, generando valor para la sociedad y nuestro entorno, se fundamenta en nuestro compromiso por rendir cuentas a todos nuestros públicos.

En ManpowerGroup creamos soluciones innovadoras para el mercado laboral buscando asegurar la sustentabilidad del

talento para beneficio de las empresas, comunidades y personas. Ayudamos a las organizaciones a lograr agilidad y flexibilidad del capital humano para crear nuevos modelos de trabajo, diseñar mejores prácticas de recursos humanos y acceder a las fuentes de talento que los clientes necesitan para el futuro.

Desde reclutamiento y selección, contratación temporal o permanente, consultoría, tercerización, outplacement y gestión de carrera hasta evaluación de empleados, capacitación y desarrollo, ofrecemos

el talento para impulsar la innovación y productividad de las organizaciones en un mundo donde el "talentismo"⁷ es el sistema económico dominante.

Conectamos a diario a miles de personas con su trabajo gracias a nuestra red de sucursales en todo el país, contribuyendo a construir sus experiencias y aptitudes para el empleo a través de la relación con nuestros clientes.

VISIÓN

Liderar 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.



199 millones

de pesos en pago a proveedores



25%

proveedores locales



4.915.000 pesos

en inversión en sustentabilidad



27.101 pesos

de inversión en horas de voluntariado



39.700 pesos

en donaciones totales



4.769 kilos

de papel reciclado



32

tóners reciclados



22%

de los tóners utilizados son reciclados

NUESTROS VALORES

Gente

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 ayudándolas a lograr sus metas en el trabajo y en la vida.

Conocimiento

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.

Innovación

Lideramos el mundo del trabajo, nos atrevemos a innovar, ser pioneros y evolucionar.

LOS ATRIBUTOS DE MARCA

Incluyentes

Somos para todos, en todos los niveles.

Confiables

Estamos comprometidos para hacer lo correcto.

Atractivos

La gente está interesada en lo que decimos y hacemos.

Visionarios

Nos anticipamos al futuro.

Innovadores

Tenemos una perspectiva diferente de las cosas.

Expertos

Somos la fuente reconocida de opiniones y mejores prácticas.

Nuestras marcas

A través de nuestras marcas Manpower, Experis, Right Management y ManpowerGroup Solutions, acercamos al mercado una gama de propuestas que nos pone a la vanguardia en soluciones integrales para la gestión del talento.



ManpowerGroup Argentina está integrado por Cotecsud Compañía Técnica Sudamericana S.A.S.E. (Empresa de Servicios Eventuales, Habilitación MT 1001), Benefits S.A., Salespower S.A. y Right Management Argentina S.A.



Manpower®

¿A qué nos dedicamos?

Soluciones de capital humano eventual, permanente o por proyecto.

Personal Eventual: provisión de servicios de personal eventual. Contamos con las herramientas de reclutamiento más innovadoras del mercado y una amplia base de talentos con múltiples perfiles en todo el país.

Talent Permanent: soluciones de selección y reclutamiento de personal permanente brindando alternativas de servicio que se ajustan a cada necesidad.

- Talent / Management: perfiles profesionales para cubrir posiciones estratégicas, claves para el negocio.

- Talent / Base: posiciones operativas, asegurando una correcta adecuación al perfil.

- Talent / Transition: servicios eventuales que ofrecen la posibilidad de corroborar la correcta adecuación del talento en el puesto de trabajo. En la medida en que el proceso resulta exitoso, se procede a la incorporación del / los candidatos.

• **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. Planeamiento estratégico. Diagnóstico. Diseños de organización. Información de gestión. Evaluación de competencias. Consultoría de Recursos Humanos. Desarrollo y transición de carrera. Outplacement. Benchmarking. Administración de cambios culturales.

Especializaciones

Call Center · Hospitalidad · Industrial · Promociones · Rural · Administrativa



Experis™
ManpowerGroup

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

Nuestro objetivo es ser reconocidos como una de las mejores opciones en el mercado de proveedores de soluciones laborales para el sector IT, identificándonos como una empresa de nicho, especializada en el rubro de tecnología.



Right Management®
ManpowerGroup

Right Management ofrece servicios integrales de consultoría para el desarrollo e implementación de soluciones de recursos humanos, alineando las estrategias al plan de negocios del cliente. Aborda cinco áreas clave: Evaluación del Talento; Desarrollo del Liderazgo; Efectividad Organizacional; Compromiso de las Personas; Transición de Carrera y Outplacement.



ManpowerGroup Solutions™

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

En Argentina el foco de las prestaciones ha estado en los servicios de:

- Tercerización basada en talento (TBO–Talent Based Outsourcing). Brindamos soluciones outsourcing bajo nuestras especialidades en Contact Center, Equipos Comerciales, Trabajos de Procesos y Re-procesos.
- Gerenciamiento de servicios de proveedores de Recursos Humanos (MSP–Managed Service Provider).
- Servicios de Payroll (Tercerización de la liquidación de nómina).

Para mayor información sobre ManpowerGroup Argentina visitar: www.manpowergroup.com.ar

Para conocer informes sobre el mercado laboral visitar: www.manpowergroup.com.ar/investigaciones.aspx

03

Identificación e involucramiento con las partes interesadas

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Indicadores GRI	G4-24	G4-25	G4-26

Buscando siempre llegar a nuestros públicos con eficiencia y acciones de alto impacto, identificamos el perfil de cada grupo de interés, y mapeamos año a año los canales de comunicación que tenemos con ellos como así también los principales temas de interés. A su vez, nos planteamos y damos a conocer en cada período desafíos a futuro, mostrando nuestro compromiso con establecer vínculos de largo plazo y sustentables para beneficio de todos.

GRUPOS DE INTERÉS



Empleados

Todos los colaboradores de ManpowerGroup Argentina.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Encuesta de Clima laboral, desayunos y encuentros especiales, boletines, revista interna "Tribuna", cascadeo de información, informes de gestión e Intranet.

Lanzamos Google+ como canal de comunicación con toda la organización a nivel mundial.



Asociados

Personas que trabajan para nuestros clientes.

Estudio de satisfacción, evaluación de desempeño, redes sociales, herramientas de reclutamiento online, sitio web, encuentros presenciales.

Nuevo portal de asociados.



Candidatos

Personas que se postulan para ocupar algún puesto eventual, permanente o por proyecto en empresas cliente.

Redes sociales, herramientas de reclutamiento online, sitio web, encuentros presenciales, stands en ferias de empleo, charlas en universidades e instituciones educativas, y Escuela de Formación Laboral.



Proveedores

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

Visitas, diálogos presenciales, boletines informativos, envío de información digital sobre la empresa.

Secciones

Resumen

Identificación y diálogo con los grupos de interés de ManpowerGroup

Identificamos a nuestros grupos de interés a través de un mapeo detallado con la participación del Comité de Dirección y nos comunicamos con ellos a través de diversos canales.

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.

GRUPOS DE INTERÉS

**Clientes**

Empresas y organizaciones a las cuales brindamos o brindaríamos servicios y soluciones para el mercado laboral.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Estudio de satisfacción, Encuesta de Expectativas de Empleo, sitio web, informes especiales, desayunos y redes sociales.

**Organizaciones Educativas y de Sociedad Civil, Cámaras, Asociaciones y Redes de Empresas**

Instituciones y organizaciones con las que desarrollamos vínculos de cooperación en relación al mundo del trabajo.

Encuentros presenciales, ferias de empleo, capacitaciones y espacios de formación e intercambio.

**Comunidad**

Personas, instituciones y organizaciones involucradas en nuestros programas de inclusión.

Participación en los programas de inclusión, diálogos presenciales, evaluaciones de impacto, capacitaciones a través de nuestros voluntarios, redes sociales.

**Gobierno**

Instituciones gubernamentales de nivel nacional, provincial y municipal, considerando los tres poderes constituidos. Organismos de control y fiscalización; áreas de gestión con los que desarrollamos iniciativas en común con un fin social.

Instancias presenciales de articulación público privada.

**Sindicatos**

Organizaciones representativas de trabajadores por rama de actividad.

Espacios de diálogo e intercambio.

**Medios de Comunicación**

Medios de comunicación de interés general, o especializados en negocios.

Intercambio de información sobre tendencias del mercado laboral, situación del empleo y la gestión sustentable de nuestro negocio.

En la voz de nuestros grupos de interés

CLIENTES

Testimonios vertidos en ocasión de evento de reconocimiento a nuestros "Socios en la Inclusión"

No distinguimos por géneros, edades, niveles educativos ni categorías. Estamos convencidos que las ventajas que ofrecen las políticas de diversidad e inclusión ayudan a consolidar nuestros negocios y nuestra reputación, porque sabemos que lo que es bueno para la sociedad lo es también para nosotros.

Cinthia D'Agata
Gerente de Recursos Humanos de Kimberly-Clark Argentina



Cinthia D'Agata

La diversidad definitivamente es un diferencial competitivo, enriquece el trabajo en equipo y permite tener mejor representatividad del mercado. Pero lo más importante es que nos permite contribuir a una sociedad más sana, en la que cada uno de nosotros tiene la oportunidad de aportar a construir una sociedad más diversa. En este sentido, para HP ha sido un diferencial enorme poder nutrirnos de la experiencia de Manpower quien nos apoya como uno de nuestros socios estratégicos en materia de Diversidad con foco en la inclusión de personas con discapacidad.

Laura Canteros
Directora RRHH de Hewlett Packard Argentina

El programa de inclusión de personas con discapacidad nos ha permitido enriquecer la cultura organizacional centrada en el desarrollo y bienestar de las personas.

El trabajo en conjunto con Manpower ha sido de suma importancia para garantizar el éxito en los distintos momentos del programa, desde la identificación de las personas con discapacidad, pasando por la sensibilización y capacitación de los líderes y compañeros de trabajo, hasta el acompañamiento continuo durante los primeros meses de ingreso.

Diego Pugliesso
Director de Personas, Organización y Finanzas de Odebrecht Argentina



Diego Pugliesso



Laura Canteros junto a Luis Guastini (ManpowerGroup)

ALIADO-Sociedad Civil

Manpower ha mostrado un compromiso real e integral a la hora de trabajar su responsabilidad con la respuesta al VIH/sida. Desde sus inicios la empresa pensó en todos los ámbitos donde se podría insertar la temática, incluyendo no solo a sus empleados y familiares, sino sus propios procesos de trabajo y a su cadena de valor. Empresas como Manpower son clave dentro de la iniciativa "Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/sida", coordinada por Fundación Huésped junto a ONU - SIDA, ya que son socios para transmitir valores, acciones y programas a otras empresas a las que dan servicios.

Arturo Mercado Gurrola

**Coordinador "Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/sida"
Fundación Huésped**



Arturo Mercado Gurrola

GOBIERNO

Durante el año 2014 la Actividad Reconstruyendo Lazos dependiente del Programa Adolescencia de la Dirección General de Niñez y Adolescencia del GCBA celebró un convenio de Gestión Asociada con Manpower, en el marco de sus iniciativas en RSE. De esta manera Manpower se constituyó, en articulación con un programa de inclusión social, como "espacio de prácticas socio-educativas", con el objetivo de promover la integración socio-laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

Lic. Andrea Silvia López

Coordinación de Reconstruyendo Lazos y Capacitación, Gerencia Operativa Programa Adolescencia del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

La empresa, reconociendo los objetivos sociales de un programa enmarcado en la educación no formal, y su propia responsabilidad respecto al desarrollo de habilidades para la futura empleabilidad de adolescentes y jóvenes, desarrolló los ámbitos propicios para la generación de aprendizajes, tanto de las habilidades llamadas duras, como así también las blandas.

Lic. Fernando Mora

Sub-Coordinación de Reconstruyendo Lazos, Gerencia Operativa Programa Adolescencia del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

PROVEEDORES

El diálogo con proveedores realizado por ManpowerGroup me permitió conocer el trabajo que realiza en materia social y, además, significó una profundización de mis conocimientos sobre la compañía en términos amplios. Destaco como positivo el hecho de haber podido compartir un espacio de intercambio de ideas interactivo junto a otras empresas proveedoras, que permitió gran participación de todos en la detección de oportunidades de mejora en la relación entre organizaciones.

Albana Llana

**Business Development Manager
SoftwareONE**



Jornada de diálogo con proveedores

EMPLEADOS

La flexibilidad que la compañía me ha ofrecido con la práctica del teletrabajo tuvo un impacto muy positivo en mi vida y la de mi pareja por cuestiones familiares y de desarrollo profesional. Es, al mismo tiempo, una oportunidad muy apreciada por los colaboradores por favorecer al trabajo en equipo y el propio, dado que resulta muy importante mantener un buen rendimiento a pesar de estar fuera de la oficina.

Christian Elía

Supervisor de sucursal

04

La sustentabilidad como eje en nuestra gestión

Nuestra estrategia de sustentabilidad

Secciones de la ISO 26000	4.4	5.2	6.2	6.3	6.3.3	6.3.4	6.3.5	6.3.7	6.3.9	6.3.10	6.6	6.6.4	6.6.6	6.6.7	6.7.8	6.8	6.8.3	6.8.5	6.8.6	6.8.7	6.8.9
Indicadores GRI	G4-2	G4-14	G4-EC7	G4-HR5	G4-S01																
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 10																				

En ManpowerGroup estamos comprometidos con los estándares más altos de conducta corporativa en todas nuestras relaciones: con nuestros clientes, empleados, socios comerciales y proveedores, entidades gubernamentales y nuestras comunidades. De este modo, no sólo evitamos los problemas comerciales y personales que una conducta no ética pueda causar, sino también avanzamos consistentemente como líderes en nuestra actividad.

Buscamos contribuir a la resolución de problemáticas sociales de una manera innovadora, creando oportunidades laborales e involucrando a todos nuestros grupos de interés.

Sustentabilidad del Talento

Diseñamos prácticas de recursos humanos para que nuestros clientes puedan acceder al talento que necesitan para el desarrollo de sus actividades. En este marco, concebimos al talento como el factor diferenciador en lo que hemos denominado la “Era del Potencial Humano”. Por este motivo, nuestro negocio se basa

en la Sustentabilidad del Talento para el bien de las empresas, comunidades y personas.

Sabemos que el mundo está viviendo una era de transformación en la que se deberán rediseñar los modelos empresariales, redefinir las propuestas de valor y reinventar los sistemas sociales. Las empre-

Unir a las personas al trabajo y conectarlas con sus carreras es nuestra principal misión

Secciones

Resumen

Nuestra estrategia de sustentabilidad	Promovemos la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo a través de programas e iniciativas en las que involucramos a todos los grupos de interés. Al mismo tiempo buscamos generar conciencia y rechazo en materia de prácticas abusivas de empleo.
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.
Espacios de gestión	Generamos alianzas con organizaciones de la sociedad civil, cámaras, instituciones académicas, organismos internacionales y sector público para promover un mercado laboral diverso e inclusivo y combatir prácticas que vulneren los derechos de las personas.
Reconocimientos	Fuimos reconocidos por nuestra gestión en sustentabilidad.

sas descubrieron que pueden conseguir grandes logros a pesar de lo reducido de los recursos, siempre que cuenten con las personas correctas. El talento se está convirtiendo en el principal diferenciador competitivo y el desafío para las organizaciones está en crear las condiciones para que las personas puedan liberar todo su potencial.

Unir a las personas al trabajo y conectarlas con sus carreras es nuestra principal misión, y es parte de cómo ayudamos a nuestros clientes a ganar. Ayudar a las personas a aprehender habilidades esenciales para contribuir productivamente al futuro de la fuerza de trabajo, está alineado con esa misión y es un claro ejemplo del tipo de impacto que sabemos que podemos tener, sobre las personas y las comunidades en las que servimos.

A través de una gama de servicios que ayudan a las organizaciones a lograr agilidad empresarial y flexibilidad del capital humano, buscamos aprovechar nuestros 49 años de experiencia local en el mundo

del trabajo para crear modelos laborales, diseñar prácticas de recursos humanos y acceder a las fuentes de talento que nuestros clientes necesitan hoy y para el futuro.

Los tres aspectos de la **Sustentabilidad del Talento** son:

- La **agilidad** que implica proporcionar velocidad, innovación, productividad y flexibilidad a través de estrategias de capital humano y de modelos organizacionales. Dentro de esta instancia, propiciamos una cultura que permita y potencie la conciliación de la vida laboral y familiar, promoviendo entornos flexibles en tiempo y espacio que faciliten el desarrollo pleno de las personas.
- La **empleabilidad** que consiste en ayudar a identificar fuentes de talento sin explorar o sub-utilizadas y contribuir a proporcionarles formación, habilidades, programas de desarrollo de liderazgo e incluso facilitar las transiciones de carrera. Bajo esas pre-

misas en Argentina centramos el foco de nuestro accionar en diferentes grupos en desventaja: personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, personas refugiadas, mujeres en proceso de reinserción laboral y personas mayores de 45 años.

- La **vitalidad** que comprende el apoyo a iniciativas tales como la lucha contra la corrupción, el trabajo justo, el respeto por los derechos humanos, los esfuerzos en materia de diversidad y el compromiso y la promoción de la salud y el bienestar de las personas. Dentro de este ámbito, desarrollamos por más de 7 años un programa de mejora de calidad de vida en comunidades rurales, trabajamos en el desarrollo de entornos libres de discriminación hacia las personas con VIH SIDA; y poseemos un activo compromiso en materia de estándares de negocio relativos a respeto por los DDHH.

PILARES DE ACCIÓN EN SUSTENTABILIDAD

Gobierno Corporativo

Buscamos ser un buen ciudadano corporativo

Somos una organización basada en una misión con valores compartidos:

- Gente
- Innovación
- Conocimiento

Demostramos prácticas de negocio responsables:

- Éticas
- Efectivas
- Rentables

Proveemos liderazgo con intención y ejemplo:

- Gobierno corporativo
- Inclusión
- Transparencia

Evaluamos y administramos el riesgo responsablemente.

Social

Nos importan las personas y el rol que el trabajo tiene en sus vidas

Lideramos el desarrollo de la fuerza laboral con un especial foco en:

- Grupos en desventaja: jóvenes, mujeres, personas con discapacidad, adultos mayores y desempleados por largo tiempo.
- Personas inmigrantes, refugiadas y víctimas de trata de personas.
- Víctimas de desastres naturales: promoviendo su recuperación a través del trabajo.

Promovemos el desarrollo del voluntariado corporativo y su capacitación.

Medioambiente

Un medioambiente sustentable provee mayores oportunidades en el mundo del trabajo

Como administradores de recursos naturales:

- Diseñamos mejores prácticas bajo el principio de: reducción, reutilización, reciclado.
- Nos anticipamos y respondemos a los roles/habilidades que el mercado laboral requerirá para la gestión ambiental.

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 lado, **Sustentabilidad y Asuntos Públicos**, que lidera el desarrollo del proceso del 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.

Asimismo, desde 2014, el área es responsable de coordinar la comunicación institucional de la compañía, alineando los mensajes corporativos bajo la perspectiva de sustentabilidad. Planifica actividades e instancias de comunicación orientadas al cumplimiento de objetivos de negocio, construcción de marca, posicionamiento público y reputación corporativa; es soporte de los voceros frente a los distintos públicos de interés y gestiona la relación con los medios de comunicación.

La Dirección es responsable además de sostener el alineamiento de la operación local a las metas de sustentabilidad que a nivel global ManpowerGroup persigue, así como del establecimiento de metas cuantitativas en materia de gestión ambiental, social, laboral y de derechos humanos.

Durante 2014, la operación local de la compañía fue seleccionada por casa matriz -por segundo año consecutivo- entre las veinte con mejor gestión de sustentabilidad a fin de contribuir con indicadores de performance para la participación en el Dow Jones Sustainability Index.

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

Promovemos la construcción de un mercado laboral diverso e inclusivo, donde todas las personas tengan igualdad de oportunidades, sin importar sus características físicas, mentales, sociales o contextos culturales. En este sentido, gestionar la diversidad significa valorar a las personas por sus capacidades, competencias, habilidades y conocimientos relevantes para el desempeño de su puesto de trabajo; dejando fuera de tal valoración cuestiones que no tienen una relación directa con el mismo, como el género, la edad, la procedencia, la nacionalidad, etc.

Cualquier ventaja competitiva a largo plazo dependerá de que más personas puedan formar parte de la fuerza laboral de manera sostenible. Desarrollar organizaciones inclusivas se ha constituido en un verdadero desafío para las empresas.

En Argentina alentamos a nuestros colaboradores, clientes y proveedores a tomar un compromiso activo por la diversidad e inclusión laboral enfocados en diferentes grupos en desventaja: personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, personas refugiadas, mujeres en proceso de reinserción laboral y personas mayores de 45 años.⁹

Los seis programas de inclusión laboral que desarrollamos son:

- Oportunidades para Todos
- Juntos por los Jóvenes
- Sin Fronteras
- La Mujer en la Empresa Contemporánea
- Mayores Talentos. Valorando la experiencia
- Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

¿Qué es la diversidad para ManpowerGroup?

Alude a la amplia gama de diferencias visibles y no visibles que caracterizan a los hombres y a las mujeres: edad, raza, color, nacionalidad, origen cultural o nacional, presencia de discapacidad, orientación sexual, estado matrimonial, religión, creencia política o clase socioeconómica.

La diversidad laboral hace referencia a la presencia de grupos de trabajo heterogéneos dentro de una misma organización.



Colaboradores de ManpowerGroup Argentina reconocidos como "Socios en la Inclusión"

Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo



Desde hace siete años, invitamos a nuestros clientes a crear valor social compartido, evaluando cuál es el mejor candidato para un puesto no solo por 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.

Generamos oportunidades laborales para personas que en procesos habituales de selección de recursos humanos no suelen ser consideradas.

Como todos los años, realizamos nuestro encuentro anual de reconocimiento en el cual 35 empresas cliente y 9 sucursales y colaboradores de ManpowerGroup, fueron reconocidos como "Socios en la inclusión" por lograr oportunidades de empleo para los participantes de nuestros programas.

En este encuentro estuvieron presentes representantes del Comité de Dirección de la compañía, clientes, empleados, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, funcionarios de gobierno y proveedores.

Desde 2008, hemos reconocido a 165 empresas y 99 sucursales y colaboradores de la compañía.

Consultoría en Diversidad e Inclusión

 300
ejecutivos capacitados

 21
servicios de consultoría

 11
empresas cliente

La inclusión es un modo de dar respuesta a la diversidad. Una opción consciente y deliberada por la heterogeneidad, sin exclusión ni discriminación que comienza aceptando las diferencias y promoviendo el trato equitativo de cada persona.

Se constituyen así modelos de organización más flexibles y abiertas que integran a las personas con su individualidad, con la convicción de que equipos de trabajo más diversos son más dinámicos, creativos y eficientes que los tradicionales. La diversidad pasa a constituirse en uno de los activos de mayor valor de las empresas: contribuye a los resultados económicos y refuerza la identidad organizacional.

Desde la Consultoría en Diversidad e Inclusión acompañamos y asesoramos a las empresas cliente de ManpowerGroup en su acercamiento a la diversidad en el ámbito laboral. Esto incluye desde el análisis de la cultura corporativa y el entorno de trabajo, capacitación en diversidad, desarrollo de propuestas tales como la adecuación a un puesto de trabajo hasta el servicio de outplacement.

Desde 2014, acompañamos a nuestros clientes en la gestión de personas con discapacidad, a través de la planificación e implementación de procesos de transición de carrera⁹, brindando asesoramiento y asistencia individual y/o grupal, a través de la propuesta de *Outplacement*.

A su vez, actualizamos las instancias de concientización en diversidad, a través de las cuales promovemos la integración y la diversidad en el mundo del empleo; buscando que las empresas gestionen de manera eficiente la diversidad como factor de competitividad.

Además...

Este año gestionamos acuerdos con empresas multinacionales con presencia en todo el país, incentivándolas a generar entornos de trabajo inclusivos en sus distintas operaciones. Como resultado del proceso, **capacitamos a directivos regionales de Argentina, Paraguay y Uruguay** en materia de diversidad e inclusión, con el propósito de que puedan contar con las herramientas y conocimientos necesarios para la incorporación de personas en desventaja.

Rechazo a prácticas de empleo abusivas

Como parte de nuestra gestión, trabajamos para generar conciencia sobre el respeto por el trabajo digno como un derecho humano fundamental y el rechazo a las prácticas abusivas de empleo tales como la trata de personas, trabajo infantil, salarios por debajo de la ley, explotación de personas y condiciones de trabajo riesgosas.

Estas acciones las realizamos a través de alianzas con clientes, proveedores y organizaciones globales y locales con el fin de que las empresas trabajen de manera segura, justa y sin discriminación en cuanto a la contratación, brindando oportunidades de progreso e impidiendo el trabajo forzoso e infantil.

Trabajamos para generar conciencia sobre
el respeto por el trabajo digno como un
derecho humano fundamental

Estándares de Negocio

Contamos con un conjunto de principios que guían nuestras acciones, políticas y procesos: los Estándares de Negocio. Estos están basados en el Código de Conducta y Ética Empresarial, nuestros valores y cultura organizacional, y alcanzan temas relacionados con la transparencia, los derechos humanos, la seguridad laboral y la lucha contra el trabajo infantil y adolescente.

Todos los líderes de la organización certifican los Estándares para asegurar su cumplimiento en los equipos de trabajo que coordinan.

Secciones de la ISO 26000	6.2 6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10 6.6 6.6.3
Indicadores GRI	G4-41 G4-56
Principios del Pacto Mundial	Principio 1, 2, 4, 5 y 10

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.



Espacios de gestión

Trabajamos en alianza con organizaciones de la sociedad civil, cámaras y sector público para construir juntos un mercado laboral más diverso e inclusivo.

Capacitamos en universidades y escuelas técnicas en base a nuestra experiencia y conocimiento del mundo del empleo, bajo el programa “**Aliados en Educación y Trabajo**”, y participamos en 9 ferias de empresas organizadas por universidades.

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2	6.6	6.6.4	6.8.3
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-HR5			
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 10					



Reconocimientos

Secciones de la
ISO 26000 6.2



Premio Ciudadanía Empresaria 2014 - Ranking Gestión Integral orientada a la Sustentabilidad AMCHAM (2009-2014): por seis años consecutivos formamos parte de las 10 empresas más sustentables de la Argentina reconocidas por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina.



Ranking MERCOSUR (2013-2014): somos la única empresa de gestión de recursos humanos reconocida y Nº 1 en el sector de Consultoría en los Rankings de Reputación Corporativa, top-30 de las Compañías más Éticas y Responsables, y una de las 100 compañías más atractivas para trabajar.

Ranking Mejores Empleadores-Revista Apertura (2013-2014): somos uno de los 35 Mejores Empleadores en la categoría de empresas entre 200 a 1000 empleados de la Argentina.

Cuadro de Honor Rendición de Cuentas en RSE - Revista Mercado (2011-2013-2014): nuestro Reporte fue elegido uno de los 10 mejores Reportes de Sustentabilidad de la Argentina, reconocido por un comité evaluador integrado por profesionales y ejecutivos independientes.



Dow Jones Sustainability Index (2009-2014): por sexto año consecutivo, ManpowerGroup fue incluida en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), uno de los indicadores globales más destacados en el reconocimiento a las organizaciones líderes en prácticas corporativas de Sustentabilidad.



Ceremonia de entrega del Premio Ciudadanía Empresaria de la Cámara de Comercio de los EE. UU. en Argentina

05

Nuestro gobierno corporativo y la sustentabilidad

El gobierno de ManpowerGroup Argentina

Secciones de la ISO 26000	4.3	4.4	6.2	6.3.7	6.3.10	6.4	6.4.3				
Indicadores GRI	G4-2	G4-34	G4-42	G4-43	G4-45	G4-46	G4-47	G4-48	G4-49	G4-50	

El Comité de Dirección es el principal órgano de gobierno en ManpowerGroup Argentina. Está compuesto por el Director General y sus reportes directos, quienes se reúnen frecuentemente para tratar temas vinculados al negocio y al desempeño de la empresa en materia económica, social y ambiental. En el ejercicio de su responsabilidad, analizan la marcha de los indicadores de performance que integran el tablero de control organizacional y monitorean la evolución y grado de cumplimiento de proyectos clave, tomando decisiones que aseguren el logro de resultados en función de la estrategia corporativa.

Abordan temas como: la adecuada comprensión a nivel local de la Visión y Credo y su efectiva internalización en cada una de las actividades que se llevan adelante; el proceso del Reporte de Sustentabilidad; la revalidación del ejercicio de materialidad realizado en 2013 para cumplir con los requisitos de la Guía GRI G4; los resultados de los diálogos realizados con los grupos de interés; los avances en la gestión responsable con los proveedores; el progreso en la gestión ambiental; el alcance de los programas de inclusión bajo la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”,

y cualquier tema que sea considerado relevante para la sustentabilidad del negocio.¹⁰

Sus miembros gestionan los aspectos relevantes de la estrategia de sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina, en el marco de diferentes Comités y Comisiones, tales como: Comité de Ética (Administración de los Estándares), Comité de Fraude, Comité de Diversidad y Comité de Conciliación.

Secciones

Resumen

Composición del gobierno de ManpowerGroup Argentina

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

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. Cuentan con 20 años de experiencia en promedio trabajando en cada una de sus áreas dentro de la empresa, con gran solidez de conocimiento en la gestión del negocio y la toma de decisiones sustentables.

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.

Remuneración

Es en función de los objetivos económico-financieros y el Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina.

Comunicación con grupos de interés

El diálogo con los empleados es fluido y permanente a través de comunicados y encuentros presenciales. A su vez, el Comité de Dirección está al tanto de las expectativas y demandas de los grupos de interés a través reuniones e informes que presentan los Directores en relación al desempeño del negocio y de oportunidades de comunicación directa con ellos.

Gestión de Riesgos

Gestionamos el riesgo económico, social y ambiental de la empresa con foco en los temas laborales. Este año lanzamos la Matriz de Riesgos Legales que permite monitorear e identificar la intensidad, frecuencia y propuesta de mitigación.

Nuevo CEO global



En marzo de 2014, ManpowerGroup designó a Jonas Prising como nuevo CEO (Chief Executive Officer) global en reemplazo de Jeff Joerres; quien asumió el cargo de Presidente Ejecutivo (Executive Chairman). Prising posee más de 15 años de experiencia en la gestión de negocios clave de la compañía y fue hasta su designación el Presidente y Vicepresidente Ejecutivo de las Américas y Europa del Sur de ManpowerGroup.

Prising es un reconocido experto en mercado laboral y tendencias en el mundo del trabajo. Regularmente diserta en conferencias y cumbres mundiales, participando activamente en las reuniones anuales y regionales del Foro Económico Mundial.

Uno de los asuntos en los que se especializa es la preparación de la fuerza laboral del mañana, razón por la que es miembro de los consejos de Junior Achievement Worldwide, así como la filial de EE.UU. y la de Wisconsin. Además, se desempeña como co-presidente de Mike, una organización centrada en el apoyo a la innovación y el liderazgo empresarial.

Responsabilidades, capacitación y experiencia en temas de sustentabilidad

Secciones de la ISO 26000	4.3	4.4	6.2	
Indicadores GRI	G4-2	G4-35	G4-38	G4-40
	G4-43	G4-49	G4-50	

Los miembros del Comité de Dirección conforman a su vez el Comité de Sustentabilidad de ManpowerGroup Argentina, cuya responsabilidad es definir la estrategia de la empresa y su vínculo con la gestión sustentable del negocio. Cuentan con 20 años de experiencia en promedio trabajando en cada una de sus áreas, con gran solidez de conocimiento en la

gestión del negocio y la toma de decisiones orientadas a la sustentabilidad para beneficio de la compañía y sus grupos de interés.

Asimismo, los miembros del Comité reciben anualmente capacitaciones en aspectos vinculados al desarrollo sustentable del negocio como: calidad de vida y ambiente laboral, consolidación y avance

como empresa familiarmente responsable, derechos humanos con particular foco en inclusión y diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación, y concientización y prevención acerca de prácticas abusivas de empleo. A su vez participan de encuentros con colegas na-

cionales e internacionales referentes en la temática.

En relación a su nombramiento y selección, siendo que el Comité de Dirección no es un órgano societario, sino que es de carácter ejecutivo, no contamos con

un procedimiento establecido que contemple los criterios para nominación de sus miembros. En todos los casos, la presidencia evalúa en función de las necesidades del negocio, trayectoria en la organización, cualidades profesionales, personales, morales y éticas.

Comité de Dirección

Alfredo Fagalde

Director General- Director Regional Cono Sur

Con más de 40 años de trayectoria en ManpowerGroup Argentina, Alfredo Fagalde ha ocupado posiciones de conducción en Sucursales y en la sede central en Administración y Finanzas. En 1999 es nombrado Gerente General de la operación local y en 2008 Director General. En 2011 es designado Presidente de las sociedades que integran el Grupo Manpower en Argentina y Director Regional Cono Sur, siendo responsable desde entonces también por las operaciones de Chile, Bolivia, Paraguay y Uruguay.

Desde 2010 integra la Comisión Directiva del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), siendo desde 2013 su Vicepresidente 2°. Es Vicepresidente 1° de CASEEC (Cámara Argentina de Servicios Especializados y Complementarios). Posee estudios en Administración de Empresas en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE).



Luis Guastini

Director de Desarrollo Corporativo y Capital Humano

Luis Guastini ingresó en ManpowerGroup en el año 1996 al Departamento de Asuntos Legales, siendo nombrado en 2002 como Gerente del área. Desde su conformación en 2008 integra el Comité de Dirección de la compañía. Desde julio de 2011 es Director de Desarrollo Corporativo y le reportan en forma directa las Gerencias de Asuntos Legales, Relaciones Laborales, Comercial y Proyectos Corporativos.

Además, en 2014, suma a la Gerencia de Capital Humano entre las áreas que le reportan.

Es abogado egresado de la Universidad de Buenos Aires, posee una Especialización en Asesoramiento Jurídico de Empresas y un Curso de Posgrado en Negociación ambos en la Universidad Católica Argentina. Además, cuenta con una Especialización en Gestión Estratégica de RR.HH. de la Universidad de San Andrés.



Fernando Podestá

Director Nacional de Operaciones

Fernando Podestá ingresó en ManpowerGroup en 1995 como Gerente de sucursal Mendoza, y tres años más tarde fue nombrado Gerente Regional de Cuyo, siendo responsable por el desarrollo del negocio para la zona. En 2008 es nombrado Director de Región Sur, teniendo a su cargo la gestión comercial y operativa de 30 sucursales de la zona conformada por Cuyo, Patagonia, La Pampa y Sur de la provincia de Buenos Aires. Ese mismo año es nombrado miembro del Comité de Dirección de la organización. Desde febrero de 2013, Fernando es Director Nacional de Operaciones, siendo responsable de los resultados de servicio y eficiencia de todas las sucursales del país.

En calidad de Vocal, es miembro de la Comisión Directiva de Valos, organización promotora de la RSE en Mendoza. Es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Argentina. Realizó en casa matriz en Milwaukee, Estados Unidos, un Seminario en Ventas Profesionales y cursó el Programa de Posgrado de Dirección de Marketing en la Alta Dirección Escuela de Negocios (ADEN).



Marcelo Roitman**Director de Administración y Tecnología**

Marcelo Roitman ingresó en la compañía en el mes de diciembre del 2000 como IT Manager, a cargo del área de Sistemas. En mayo de 2008 es nombrado Director de Administración y Finanzas, integrando como tal el Comité de Dirección de la compañía. Desde marzo de 2013 es Director de Administración y Tecnología, reportándole las áreas de Contaduría, Impuestos, Tesorería, Administración de Personal Asociado, Facturación, Cobranzas, Servicios Administrativos, Compras y Sistemas.

Posee una Licenciatura en Sistemas de la Universidad Centro de Altos Estudios en Ciencias Exactas, un Master en Dirección de Empresas y un Posgrado en Finanzas Corporativas ambos de la Universidad del CEMA.

**María Amelia Videla****Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos**

María Amelia Videla ingresó a ManpowerGroup a fines de 1998 como Gerente de sucursal La Plata. Desde 2003 tiene a cargo el área de Responsabilidad Social Corporativa a nivel nacional, siendo promovida en 2004 a Gerente de RSC. En 2008 asume la gestión de los Asuntos Públicos e integra el Comité de Dirección de la organización. Desde junio de 2012 es Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos de ManpowerGroup Argentina.

Formó parte de la Mesa Directiva de la Red Argentina de Pacto Global por dos períodos hasta 2011 y actualmente es Presidenta del Comité de Sustentabilidad de AMCHAM y Directora de la División de Sustentabilidad y RSE de IDEA; siendo además miembro de la Junta Evaluadora del Premio IDEA a la Excelencia Institucional Empresaria. Integra el Consejo de Directivos de Asuntos Públicos de CIPPEC -Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento- y el Círculo de DirComs. Es Licenciada en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad del Salvador (USAL). Becada por el Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI) obtuvo su posgrado en Estudios Internacionales en la Escuela Diplomática de España. Completó además el Programa de posgrado de Comunicación Institucional (PCI) de la Universidad Austral.

**Alicia Giomi****Subdirectora Nacional de Operaciones**

Alicia Giomi ingresó a ManpowerGroup en 1982 y se ha desempeñado en diversas posiciones desde ese entonces, entre las que se encuentran: Gerente de Sucursal, Gerente Regional y Directora Región Capital.

En 2008 es nombrada miembro del Comité de Dirección de la organización. Actualmente, y desde abril de 2013, se desempeña como Subdirectora Nacional de Operaciones.

Posee un Posgrado en Dirección de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), y diversos cursos y especializaciones que acompañan su desarrollo profesional: Administración de Recursos Humanos, Negociación y Ventas, Desarrollo Profesional y un Master en Programación Neurolingüística todos ellos en el Instituto de Investigaciones Humanísticas. Además, ha realizado cursos de Marketing Estratégico y Fidelización de Clientes, Liderazgo y Conducción de equipo y Comunicación y Relaciones Interpersonales del Centro de Producción en Comunicación y Educación (CePCE) de la Facultad de Ciencias de la Educación.



Evaluación al Comité de Dirección

Los miembros del Comité de Dirección son evaluados en el marco del cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina, de cara a metas trianuales, que incluyen indicadores relacionados directamente a la perspectiva de la sustentabilidad. La performance organizacional frente a estos indicadores es revisada por la Dirección Regional Latinoamericana y por la Dirección Ejecutiva Global, quienes analizan el desempeño y evolución de cada una de las métricas. Es así que el compromiso de nuestro gobierno corporativo con la gestión sustentable del negocio y sus resultados, son monitoreados a nivel local, regional y global.

Los objetivos estratégicos ligados con la sustentabilidad que se plantearon en 2014 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 en desventaja; 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 de clima interno laboral; la atracción y retención de talento con especial foco en la diversidad; y la mejora en la gestión ambiental.

Secciones de la ISO 26000	6.2
Indicadores GRI	G4-44 G4-51

Remuneración

La remuneración del Comité de Dirección se compone de una parte fija mensual y otra parte variable anual relacionada, no sólo a las metas económico-financieras de la compañía, sino también a los objetivos de sustentabilidad, incluidos en el Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina.

La política de beneficios del máximo órgano de gobierno es similar para todos los directores de la compañía en términos de licencias, movilidad y salud. No se recurre a consultores externos para su definición.

Secciones de la ISO 26000	6.2
Indicadores GRI	G4-51 G4-52

Los miembros del Comité de Dirección son evaluados en el marco del cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de ManpowerGroup Argentina

Comunicación con los grupos de interés

ManpowerGroup Argentina toma en cuenta las opiniones y consultas de los grupos de interés para identificar y gestionar los impactos, riesgos y oportunidades de su gestión en sustentabilidad. En los diálogos realizados con diversos públicos clave, se lleva a cabo una consulta sobre la materialidad y relevancia de un amplio rango de temas con respecto a la gestión responsable del negocio de la compañía, que son luego considerados en los planes de acción e iniciativas implementadas.¹¹

Secciones de la ISO 26000	4.5 5.3 6.2
Indicadores GRI	G4-26 G4-37 G4-49 G4-50

Gestión de riesgos

En ManpowerGroup contamos con lineamientos, herramientas y políticas que nos guían para gestionar los riesgos económicos, sociales y ambientales de la compañía, y así tener una visión integral del negocio que nos permita minimizar los impactos negativos y optimizar los positivos con cada uno de nuestros grupos de interés.¹²

Secciones de la ISO 26000	4.3 6.2
Indicadores GRI	G4-2 G4-41 G4-46



El nivel de efectividad reportado por el Servicio de Conciliación Laboral Obligatoria (SECLO) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación durante 2013 (que sirve de comparación para el indicador de ManpowerGroup) alcanzó el 25,20%, mientras que nuestra organización logró en 2014 un nivel de efectividad del 75,10%.

06

El valor de los derechos humanos en la gestión del negocio

Nuestra visión y gestión de los Derechos Humanos

Secciones de la ISO 26000	4.8	6.2	6.3	6.3.3	6.3.4	6.3.5	6.3.7	6.3.9	6.3.10	6.6.6	6.6.7	6.7.8	6.8	6.8.5	6.8.6	6.8.7	6.8.9
Indicadores GRI	G4-2	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-HR5												

En la actualidad más que nunca una compañía debe basar su negocio en un modelo sustentable que demuestre un total compromiso por el respeto y la protección de los derechos humanos. Sólo en la medida en que se comprometa con su público interno, fomente la aplicación de valores sustentables en su cadena de valor y genere vías de acceso que favorezcan la diversidad laboral, una organización será sostenible a largo plazo.

En ManpowerGroup, desde sus inicios, la gestión se ha basado 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 y desde un marco de cumplimiento del Código de Conducta, Estándares de Negocio y lineamientos internacionales. Entre ellos, los Principios Éticos de Atenas, adoptando la política de tolerancia

cero respecto a la trata de personas; hemos firmado una carta de intención con la OIM (Organización Internacional para las Migraciones), comprometiéndonos a brindar asesoramiento y capacitación laboral a víctimas de trata; adherimos a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; tenemos una alianza con

el ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados), que reconoce a la compañía como "Empresa Solidaria con las personas refugiadas en Argentina" y observamos los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En ManpowerGroup, desde sus inicios, la gestión se ha basado en la prestación de servicios con un total compromiso por las personas y su bienestar

Secciones

Resumen

Nuestra visión y gestión de los
Derechos Humanos

Desarrollamos nuestras actividades con foco en el valor "Gente", desde un marco de cumplimiento del Código de Conducta, Estándares de Negocio y lineamientos internacionales a los que adherimos.

Trata de personas

Socios fundadores de la Coalición Empresarial Global contra la Trata de Personas con el objetivo de crear herramientas y prácticas para contribuir al conocimiento, concientización, prevención y lucha contra la trata de personas.
Fuimos la primera compañía en adherir a los Principios Éticos de Atenas.

Trabajo infantil

Participamos activamente en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y concientizamos a nuestra cadena de valor sobre la temática.

Violencia laboral

Miembros activos de la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Firmamos el Acta Acuerdo "Por un trabajo digno sin violencia laboral" y concientizamos a nuestros públicos.

VIH SIDA

Junto a 30 empresas, integramos la iniciativa "Empresas comprometidas en la respuesta al VIH Sida", una coalición impulsada por Fundación Huésped, con el fin de promover la inclusión igualitaria en el mundo del trabajo.

Nuestra posición:

MANPOWERGROUP
DEFIENDE...



La dignidad del trabajo, las oportunidades de empleo para todos, las prácticas empresariales éticas y eficaces, un medioambiente sostenible y comunidades locales prósperas. 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 a personas provenientes de grupos en desventaja.

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 prácticas a las cuales nos oponemos: explotación de individuos en desventaja, trata de personas, trabajo forzoso, trabajo infantil, salarios por debajo de la ley y condiciones poco seguras de empleo.

Acciones en materia de Derechos Humanos con nuestros grupos de interés

Trata de personas

Junto a diez empresas internacionales somos fundadores de la Coalición Empresarial Global contra la Trata de Personas (GBCAT, de acuerdo a su sigla en inglés) que trabaja para crear herramientas prácticas que contribuyan con la difusión, concientización, prevención y lucha contra la trata de personas.

Además, junto a la organización de derechos laborales Verité, elaboramos un Marco Ético para la lucha contra la trata de personas y el trabajo forzoso en el mundo del trabajo, con el objetivo de ofrecer un “check-list” con “Normas específicas de práctica ética” para las empresas que intervienen en la contratación de trabajadores extranjeros.

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-HR5								



Trabajo infantil

Formamos parte desde 2007 de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, a través de la cual participamos y concientizamos para contribuir a su erradicación.

Conscientes de la importancia que representa la lucha contra el trabajo infantil, todos los años difundimos una comunicación, realizada por la red, para colaboradores y nuestra cadena de valor, sobre la problemática que esta práctica abusiva representa, en el marco del Día Mundial contra el Trabajo Infantil -impulsado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Además, este año participamos de la Carrera “Por Una Niñez Sin Trabajo Infantil”, organizada por la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI).

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-HR5								

Educar en Vendimia

Por noveno año consecutivo, Manpower-Group contribuyó a llevar adelante el programa “Educar en Vendimia”, una iniciativa orientada a la lucha contra el trabajo infantil organizada por el Municipio de Tupungato (Mendoza) junto a Bodegas Chandon, Catena Zapata y ALCO-Canale durante la época de cosecha. A partir de esta práctica socio-educativa, hijos de cosechadores locales y migrantes de los distritos mendocinos de Villa Bastías, Gualtallary y Cordón del Plata participaron de actividades recreativas y educativas durante el tiempo de cosecha en el que sus padres trabajaron.



Violencia laboral

En ManpowerGroup no toleraremos de ninguna persona relacionada con nuestras actividades (incluidos los proveedores y los clientes) conductas verbales, no verbales o físicas de acoso ni que generen un ambiente laboral intimidatorio, ofensivo, abusivo u hostil, lo que incluye el acoso sexual y la violencia en el lugar de trabajo.

Desde 2012, formamos parte de la Red de Empresas con “Compromiso por un trabajo digno sin Violencia Laboral” junto a la Oficina de Asesoramiento de Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Este año participamos activamente en el desarrollo del “Manual de Concientización y Prevención sobre Violencia Laboral en las Organizaciones Empresariales” que será presentado durante el año 2015 con el fin de que las distintas empresas argentinas puedan propiciar condiciones dignas de trabajo, sin violencia laboral y valorando las relaciones humanas.

En octubre de 2014 mantuvimos encuentros preliminares con la Oficina de Violencia Laboral, el área de Capital Humano y de Relaciones Laborales de ManpowerGroup con el fin de comenzar a elaborar una estrategia de capacitación dirigida al público interno y nuestra cadena de valor (clientes y proveedores).

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-HR5								



Desde 2012, formamos parte de la Red de Empresas con “Compromiso por un trabajo digno sin Violencia Laboral”

VIH SIDA

Desde 2012, integramos junto a más de 30 organizaciones, la iniciativa “Empresas comprometidas en la respuesta al VIH Sida”, una coalición impulsada por Fundación Huésped, a partir de la creciente cantidad de denuncias registradas por discriminación en el ámbito laboral; y cuya meta principal es la promoción de la inclusión igualitaria en el mundo del trabajo, así como la reinserción de personas con VIH Sida.

Durante 2014 realizamos campañas de concientización y sensibilización para nuestros colaboradores y públicos externos.



MANPOWERGROUP SE SUMA
A LA RESPUESTA AL VIH/SIDA EN EL PAÍS



EMPRESAS COMPROMETIDAS
EN LA RESPUESTA AL VIH/SIDA

07

Nuestro compromiso y participación activa en el desarrollo de la comunidad

Ayudar a mejorar la empleabilidad de las personas para contribuir productivamente al futuro de la fuerza de trabajo, con particular foco en la diversidad y no discriminación y en la igualdad de oportunidades hace a la misión de ManpowerGroup y es un claro ejemplo del tipo de impacto que la organización sabe que puede tener sobre las comunidades en las que opera. Es por eso que alentamos a nuestros aliados, empresas y organizaciones a pensar de manera diferente sobre la forma de estructurar el trabajo para liberar el potencial de las personas.

En ManpowerGroup Argentina desarrollamos, implementamos y medimos el impacto de nuestros programas sosteniendo la relación con los socios en pos de la inclusión a través del trabajo. Los procesos de diálogo con nuestros grupos de interés, nos llevaron a comprender las dificultades que encontraban los participantes de nuestros programas para acceder a un empleo en el mercado laboral formal.



●	●	●	●	●	●	●		Oportunidades para Todos
●	●	●	●	●	●	●		Juntos por los Jóvenes
●	●	●	●	●	●	●	●	La Mujer en la Empresa Contemporánea
●	●	●	●	●	●	●	●	Entrelazados
●	●	●	●	●	●		●	Sin Fronteras
●	●	●	●	●	●			Mayores Talentos. Valorando la experiencia

Secciones

Resumen

Entrelazados	Programa de voluntariado corporativo, base para la gestión de nuestros programas de inclusión laboral.
Oportunidades para Todos	Promoción de la inserción laboral de personas con discapacidad.
Juntos por los Jóvenes	Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.
Sin Fronteras	Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.
La Mujer en la Empresa Contemporánea	Promoción de la mujer en el mundo del trabajo con acento en la conciliación de la vida laboral y familiar.
Mayores Talentos	Orientación laboral y búsqueda de empleo para la reinserción de personas mayores de 45 años.

Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3	6.3.5	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-26	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6											

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.



Participantes del voluntariado corporativo Entrelazados

Dando inicio a las actividades de voluntariado corporativo, como todos los años, realizamos una campaña de comunicación orientada a difundir los principios y valores que transmitimos con la cultura de este programa.

Este año se sumaron 18 nuevos voluntarios que participaron de una capacitación acerca de las problemáticas sociales con las que trabajamos.

A su vez, designamos entre los voluntarios, a un equipo de Promotores de la Diversidad, quienes fueron los responsables de colaborar en la difusión de las nuevas temáticas abordadas. En este marco, destacamos la organización de la “Semana de concientización”, con foco en VIH/SIDA. Los Promotores de la Diversidad de todo el país, llevaron adelante instancias de diálogo con sus respectivos equipos de trabajo con el fin de brindar información sobre VIH/Sida y analizar su vinculación al ámbito laboral.

Resultados “Entrelazados”	2012	2013	2014
Inversión total en horas de voluntariado (pesos) *	47.879	41.1333	27.101
Cantidad total de horas de voluntariado	931**	417**	358
% empleados involucrados	19,85%	19,85%	12%
Cantidad de empleados con rol activo	137	84	48
Gerentes y Directores	8	2	1
Mandos Medios	10	6	2
Personal no jerárquico	119	75	45
Cantidad de voluntarios capacitados	37	31	10

* 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.

** La baja de horas tiene que ver con la menor realización de espacios de formación y capacitación.

Escuela de Formación Laboral

En nuestra Escuela de Formación Laboral formamos y capacitamos a personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, mayores de 45 años, personas refugiadas y mujeres en proceso de reinserción laboral; con el fin de mejorar sus condiciones de empleabilidad.

En 2014 realizamos 45 talleres con la participación de 758 personas.

A través de dos modalidades de capacitación presencial, los candidatos son formados con herramientas para interactuar en el cambiante mundo del trabajo:

- **Formación laboral:** donde brindamos herramientas concretas para que los candidatos emprendan su búsqueda laboral de forma exitosa.
- **Orientación vocacional:** con asesoramiento a los candidatos que se encuentran en la búsqueda de una elección educacional, ocupacional, o ambas.

Oportunidades para Todos

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3	6.3.5	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6											

Promoción de la inserción laboral de personas con discapacidad.

Desde hace 11 años desarrollamos este programa con el fin de promover la diversidad e inclusión en el mundo del trabajo, poniendo énfasis en la inserción laboral de personas con discapacidad. Asimismo acompañamos y asesoramos a las empresas en su acercamiento a la discapacidad.

En 2014 entrevistamos a más de 180 personas con discapacidad que forman parte de una base de datos que contiene más de 2400 currículums.

Desde los inicios del programa en 2004, 952 personas con discapacidad obtuvieron empleo.

A través de la Escuela de Formación Laboral, este año realizamos 7 talleres donde capacitamos a 75 personas brindándoles herramientas para favorecer su inserción laboral.

Resultados "Oportunidades para Todos"	2012	2013	2014
Con clientes			
Cantidad de ejecutivos de empresas cliente que fueron capacitados en diversidad	99	90	300
Cantidad de actividades de concientización y capacitación en diversidad	8	6	13
Cantidad de nuevas empresas comprometidas	7	2	6
Con candidatos			
Cantidad de personas con discapacidad que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup	58	87	39
Cantidad de personas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup desde la creación del Programa en 2004	826	913	952
Total de actividades de formación para personas con discapacidad	12	11	7
Cantidad de personas capacitadas en los talleres	114	111	75
Con nuestros empleados			
Cantidad de ingresos de personas con discapacidad en ManpowerGroup desde 2004	176	190	200
Horas de capacitación en temáticas de discapacidad	262 ⁽¹⁾	57 ⁽²⁾	0
Cantidad de horas de voluntariado	96	91	10
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	21	10	2

1. 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.

2. La disminución en cantidad de horas de capacitación en discapacidad se debe al cambio de foco en la estrategia, dado que se prioriza capacitación en diversidad (161 horas en el año). Además, en 2013, no se realizaron capacitaciones vía e-learning.

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.
- Municipalidad de San Isidro.
- Municipalidad de San Martín.
- Municipalidad de Vicente López.
- Municipalidad de Malvinas Argentinas.
- Municipalidad de Avellaneda.

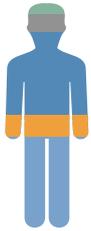
Organizaciones sociales:

- Programa de Capacitación e Inserción Laboral de la Población Ciega (AGORA).
- Instituto Villasoles.
- Instituto Traso.
- Centro Dar.
- Cascos Verdes.
- Fundación Step.
- CCRAI.
- Instituto Súyay.
- Asociación Reumatoidea (Hospital Roca).

Instituciones Educativas:

- Instituto Integral de Educación.
- Escuela especial Nuestra Luz.

Inserciones por tipo de discapacidad – Período 2004-2014



Intelectual 57
 Visual 62
 Auditiva 455
 Visceral 65
 Motriz 316

Total Personas 955

Inserciones por Unidad de Negocio – Categoría Laboral Cubierta

225 Promociones 21 Hospitalidad 32 Contact Center 276 Industrial 401 Administrativa

Juntos por los Jóvenes

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3	6.3.5	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6											

Formación para la empleabilidad de jóvenes de bajos recursos.

Desde el 2004 trabajamos para mejorar la empleabilidad e inserción laboral de jóvenes de bajos recursos de entre 18 y 30 años con énfasis en las competencias y cualidades requeridas por el mercado laboral actual. Para ello, realizamos seguimiento y los asesoramos en los procesos de postulación y posibles inserciones.

A su vez, procuramos el diálogo entre nuestros empleados y aliados de sociedad civil con el objetivo de que puedan planificar actividades de formación acorde a los requerimientos del mercado.

Seguimos trabajando junto a **Dow Argentina** en el marco de su programa “Buen Trabajo”, en alianza con otras empresas radicadas en el polo petroquímico de Bahía Blanca, el Gobierno municipal y la Universidad Tecnológica Nacional. Se trata de una iniciativa abierta a la comunidad cuyo principal destinatario son jóvenes de bajos recursos a quienes se capacita en los oficios más demandados por las industrias de la zona.

Por octavo año consecutivo, complementamos las acciones de formación del programa y trabajamos en la mejora de las condiciones de empleabilidad de más de 110 alumnos próximos a egresar de colegios secundarios de la comunidad de Ingeniero White a través del dictado de talleres teórico-prácticos que ofrecen herramientas para una búsqueda laboral exitosa.

Asimismo, entrevistamos a 300 personas en nuestras sucursales con la colaboración voluntaria de alumnos de la Tecnicatura en Recursos Humanos del Instituto Pedro Goena; y de la carrera de Psicología de la Universidad del Salvador.

Por otro lado, en el marco del proyecto “Luz, Cámara, Escuela” de **Cablevisión**, alumnos del último año de escuelas públicas realizaron una producción audiovisual sobre cuestiones vinculadas con la cultura, el cuidado ambiental o la vida saludable de la localidad a la que la escuela pertenece para ser incluida en la programación de los canales “Somos” a nivel local y nacional, con el fin de que los jóvenes obtuvieran una experiencia pre profesional vinculada a la producción audiovisual.

Al finalizar esta etapa, Cablevisión ofreció a los alumnos la posibilidad de postularse

Programa Reconstruyendo Lazos

Este año firmamos un convenio con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el objetivo de participar de su programa Reconstruyendo Lazos. El objetivo de esta iniciativa es la inclusión socio-laboral de adolescentes en situación de alta vulnerabilidad de derechos a través de espacios de capacitación y producción, fomentando la cultura del trabajo con foco en la economía social solidaria (empresas sociales, fábricas y empresas recuperadas, cooperativas, etc.). Además ofrece la posibilidad de concreción de un proyecto de autonomía (singular y colectivo) y auto valimiento.

A partir de esta alianza, ofrecemos un espacio de práctica profesional dentro de nuestra organización, logrando acercar a distintos jóvenes al mercado laboral, formándolos para el empleo en una práctica directa. En 2014 hemos tenido dos practicantes en el puesto de Asistente administrativo en las áreas de Sustentabilidad y Asuntos Públicos y de Servicios Administrativos.

en pasantías como asistentes de producción en los canales locales, y fueron nuestros voluntarios quienes realizaron el proceso de entrevistas y selección de los jóvenes de las escuelas públicas de todo el país con orientación en comunicación. Además, organizaron talleres de formación laboral con todos aquellos que se habían postulado para brindarles herramientas en la búsqueda de empleo. Este año nuestros voluntarios trabajaron en Ciudad de Buenos Aires, San Isidro, Rosario y Santa Fe.



Actividad de formación laboral para jóvenes en la provincia de Buenos Aires

Resultados "Juntos por los Jóvenes"	2012	2013	2014
Cantidad de jóvenes entrevistados en nuestras oficinas	40	21	13
Cantidad de actividades de formación laboral realizadas	40	29	30
Cantidad de jóvenes que participaron de los actividades de formación laboral	906	456	595
Cantidad de jóvenes que participaron de los actividades de formación laboral desde el inicio del programa	5.800	6.256	6.851
Cantidad de ONGs que participaron	10	12	6
Cantidad de provincias involucradas	11	9	8
Cantidad de horas de voluntariado	199	160	247
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	63	32	30

Procuramos el diálogo entre nuestros empleados y aliados de sociedad civil con el objetivo de que puedan planificar actividades de formación acorde a los requerimientos del mercado

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").
- Cablevisión.

Instituciones educativas:

- Instituto Pedro Goyena (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Centro de Formación Profesional 401 (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Universidad del Salvador (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).
- Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional de Bahía Blanca (Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires).

Organizaciones sociales:

- Fundación Cimientos.
- Fundación Pescar.
- Asociación Civil Puentes.
- Fundación A Ganar.
- Fundación Conciencia.
- Fundación Oportunidad.
- Asociación Civil Doncel.
- Fundación Compromiso.
- Hogar San Ignacio.

Otros actores

- Panel Comunitario de Ingeniero White, Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires.
- Sindicato del Personal de Industrias Químicas, Petroquímicas y afines de Bahía Blanca.
- Vice Gobernación de la provincia de Corrientes.

Sin Fronteras

Secciones de la ISO 26000	6.2	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01					
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6									

Orientación laboral a personas refugiadas y migrantes en Argentina.

Brindamos acompañamiento y proveemos herramientas para la búsqueda de empleo a las personas migrantes y refugiadas en el país. Nuestros voluntarios realizan capacitaciones sobre las características del mercado laboral argentino y ofrecen orientación para el proceso de búsqueda de trabajo. Además, les brindamos la posibilidad de acceder a entrevistas en nuestras sucursales según sus perfiles e intereses.

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los refugiados (ACNUR) reconoce a ManpowerGroup como "Empresa Solidaria con las personas refugiadas en Argentina".

Resultados "Sin Fronteras"	2012	2013 ⁽¹⁾	2014
Cantidad de personas refugiadas que participaron de las actividades de introducción al mercado laboral argentino y orientación para la búsqueda de empleo	96	42	16
Cantidad de personas refugiadas que participaron de las capacitaciones desde el comienzo del programa en 2007	556	598	614
Cantidad de actividades de formación dictadas	10 ⁽²⁾	10 ⁽²⁾	4
Cantidad de refugiados entrevistados en nuestras oficinas	52	3	4
Cantidad de personas refugiadas que obtuvieron un empleo a través de ManpowerGroup	22	3	4
Cantidad de horas de voluntariado	39	17	15
Cantidad de voluntarios	16	3	3

1. Durante 2013 se registró menor nivel de actividad con este colectivo.
 2. Se realizaron 10 talleres en la Ciudad de Buenos Aires.

¿Qué es un refugiado?

La Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados establece que "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".

Estas personas 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.

Alianzas:

- ACNUR - Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados.
- FCCAM - Fundación Comisión Católica Argentina de Migraciones.

La Mujer en la Empresa Contemporánea

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3	6.3.5	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6											

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

Este programa se centra en un proceso de diálogo con nuestros grupos de interés:

- **Empresas:** buscamos poner en la agenda de las Gerencias de Recursos Humanos el lugar que ocupa la mujer en los procesos de selección para posiciones de mando, las posibilidades de capacitación y el desarrollo de carrera.

- **Comunidad:** 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.¹³

Resultados "La Mujer en la Empresa Contemporánea"	2013	2014
Cantidad de mujeres que participaron de las actividades de orientación laboral	42	42
Cantidad de actividades de Orientación laboral realizadas	4	2
Cantidad de horas de voluntariado	18	20
Cantidad de voluntarios que participaron dictando actividades de capacitación	5	4



Capacitación laboral a madres recientes que buscan su reinserción laboral

Alianzas:

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

Mayores Talentos. Valorando la Experiencia

Secciones de la ISO 26000	6.2	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
Indicadores GRI	G4-15	G4-16	G4-EC7	G4-EC8	G4-S01					
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6									

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

Desarrollamos este programa desde 2010 contribuyendo a la sociedad acerca de la "exclusión social invisible" de las personas mayores de 45 años desempleadas, a quienes brindamos herramientas de orientación laboral para su reinserción.

Participamos del Programa de Reinserción Laboral de la Asociación Civil Diagonal, a través del aporte de nuestros voluntarios quienes lideran las actividades de capacitación y actualización sobre el mercado de trabajo.

Alianzas:

- Asociación Civil Diagonal.

Resultados "Mayores Talentos. Valorando la Experiencia"	2012	2013	2014
Cantidad de talleres de reinserción laboral realizados	10	8	2
Cantidad de adultos mayores de 45 años participantes de las actividades de formación laboral	109	81	9
Cantidad de adultos mayores de 45 años que asistieron a entrevista en las sucursales de Manpowergroup	70	13	47
Cantidad de horas de voluntariado	18	24	20
Cantidad de voluntarios que participaron dictando talleres	55	6	2

08

Acciones con empleados

VISIÓN Y MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE CAPITAL HUMANO

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	2012	2013	2014
Cantidad de empleados	619	516	498
Por categoría			
Alta gerencia	11	7	7
Nivel gerencial	42	36	40
Mandos medios	88	58	67
Comerciales y administrativos	478	415	384

Iniciativas

Resumen

Encuesta de Clima Laboral	La edición 2014 tuvo una participación del 92% a nivel nacional.
Nuestras herramientas de comunicación interna	Este año lanzamos dos nuevos espacios de comunicación: Agenda del Líder y Google+.
Capacitación	Organizamos capacitaciones orientadas a las necesidades de nuestros colaboradores y de la organización. En 2014, alcanzamos 10.892 horas de formación.
Programas orientados al desarrollo	Rediseñamos el modelo de gestión de desempeño de los colaboradores.
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.
Programa de Reconocimiento Corporativo	Reconocimos a 101 colaboradores y a 3 sucursales bajo el programa "Manpower con vos, reconociendo tus logros".
Diversidad en ManpowerGroup	Desde 2012 contamos con un Comité de Diversidad. Este año focalizamos las acciones en la igualdad de derechos y la no discriminación en el ámbito laboral.
Salud y seguridad para nuestros empleados	Efectuamos un simulacro de incendio en Casa Central, 17 visitas para evaluar las condiciones de seguridad e higiene en las sucursales y 10 para capacitar al personal.

Por edad			
Hasta 35 años	404	318	284
Entre 36 y 45 años	165	153	169
Entre 46 y 55 años	34	34	35
Más de 56 años	16	11	10
Por tipo de contrato			
Part Time: Tiempo Indeterminado	n/d	11	11
Part Time: Eventual	n/d	1	4
Tiempo completo: Tiempo Indeterminado	n/d	470	471
Tiempo completo: Eventual	n/d	34	12
Antigüedad promedio (en años)			
Alta gerencia	5,5	5,4	5,4
Nivel gerencial	24	22	22
Mandos medios	10	11	11
Comerciales y administrativos	9	9	9
Comerciales y administrativos	4	4	5
Por género			
Hombres	271	205	211
Mujeres	348	311	287
Alta gerencia hombres	7	4	5
Alta gerencia mujeres	4	3	2
Nivel gerencial hombres	28	19	23
Nivel gerencial mujeres	14	17	17
Mandos medios hombres	33	19	24
Mandos medios mujeres	55	39	43
Comerciales y administrativos hombres	203	163	159
Comerciales y administrativos mujeres	275	252	225

Otros indicadores			
Sueldos (en pesos)	78.163.649	79.809.248	95.397.580
Cargas sociales (en pesos)	28.922.000	35.863.280	48.133.994
Tasa de rotación	26,6%	33,1%	18,5%
Empleados mayores de 45 años	8%	10%	10,2%
Empleados con discapacidad	0,8%	0,4%	1,2%
Empleados representados por convenios colectivos de trabajo	218	188	148

Empleados desglosados por edad y categoría	Hasta 30 años	De 30 a 50 años	Más de 50 años
Alta gerencia	0	5	2
Nivel gerencial	0	37	3
Mandos medios	4	59	4
Comerciales y administrativos	171	201	12

Nuevos empleados contratados	2012	2013	2014
TOTAL	86	130	65
Por género			
Femenino	33	78	37
Masculino	53	52	28
Por edad			
Hasta 30 años	52	76	38
De 30 a 50 años	33	48	27
Más de 50 años	1	6	0
Por región			
Casa Central	31	31	18
Dirección Regional Capital Federal	5	15	10
Dirección Regional Gran Buenos Aires-NE	14	42	10
Dirección Regional Norte	19	19	19
Dirección Regional Sur	17	23	8

Rotación del personal	2012	2013	2014
Índice de rotación total	26,6%	33,1%	18,5%
Índice de rotación no deseada	10,8%	10,3%	7,8%
Por género			
Mujeres	58,7%	53,8%	75,5%
Hombres	41,3%	46,1%	24,5%
Por edad			
Menores de 30 años	47,3%	61,0%	38,2%
Entre 30 y 50 años	48,2%	32,3%	56,9%
Mayores de 50 años	4,5%	6,7%	4,9%
Por región			
Casa Central	4,8%	34,3%	6,5%
Sucursales	21,8%	65,6%	18,3%
Total de movimientos			
Ingresos temporarios	10	63	14
Ingresos permanentes	113	67	51
Promociones	54	31	31
Efectivizaciones	22	20	18
Nuevos empleados contratados	86	63	65

Encuesta de Clima Laboral

Cada año, realizamos una Encuesta de Clima Laboral con el fin de diseñar planes que nos permitan mejorar las relaciones, el ambiente y el desarrollo de nuestros empleados. Este año tuvimos un participación del 92% del total de los colaboradores.

Para compartir los resultados de la encuesta, el Departamento de Capital Humano mantuvo encuentros con líderes a quienes propuso abrir espacios de intercambio y reflexión con sus equipos para detectar y sugerir planes de acción como respuesta a los indicadores locales.

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Indicadores GRI	G4-26	G4-27	

Principales resultados de la Encuesta de Clima Laboral	2012	2013	2014
Trabajo y desarrollo			
Comprendo claramente qué se espera de mí en el trabajo	81%	83%	79%
Cuento con las herramientas o los materiales que necesito para hacer bien mi trabajo	67%	65%	53%
Encuentro tiempo para estar actualizado en los nuevos desarrollos o tendencias que impactan nuestro negocio	78%	78%	79%
Liderazgo y cultura			
Aquí se trata la gente con respeto	83%	84%	86%
Realizamos nuestro trabajo con altos estándares éticos	85%	81%	85%
Experiencia del candidato y del clientes			
Brindamos una gran experiencia a nuestros candidatos y clientes	81%	73%	72%
Nuestros servicios			
Estamos comprometidos a prestar servicios de alta calidad	79%	75%	81%

Nuestras herramientas de comunicación interna

En ManpowerGroup nos focalizamos en mantener a nuestros empleados informados sobre las novedades del negocio. En particular, en 2014, nos centramos en brindar información sobre los diferentes cambios que se dieron en materia de procesos de gestión a nivel nacional¹⁴.

De este modo, generamos canales de diálogo para poder recibir sugerencias y expectativas, clave para el éxito del negocio y la construcción del clima laboral.

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Indicadores GRI	G4-26	G4-27	

Lanzamiento de Google+

En 2014, la organización a nivel mundial, comenzó a utilizar la plataforma de comunicación Google+. Esta herramienta nos ayudó a estar conectados entre colaboradores, clientes y proveedores con el fin de compartir información a través de diferentes comunidades.

Para su implementación realizamos capacitaciones y formación en el inicio del proceso, como así también acompañamos a todos los colaboradores en su utilización.



El lanzamiento de Google+ a nivel global marcó un cambio de paradigma en nuestra forma de comunicarnos y compartir información, modificó nuestra cultura de relacionamiento y mejoró la efectividad de las comunicaciones

Agenda del Líder

Otro de los hitos del año fue la creación de la Agenda del Líder. Esta herramienta, dirigida a directores, gerentes, jefes y supervisores fue especialmente creada para compartir información y actualización de las principales acciones, proyectos y estrategias corporativas.

Además, continuamos manteniendo activos los siguientes canales de comunicación:

Comunicaciones de los miembros del Comité de Dirección: a través de comunicaciones periódicas, los directores compartieron en 2014 los resultados de gestión del año anterior, novedades de la estructura, la nueva conformación del Comité de Ética, y saludos para fechas especiales. Además, por primera vez, se realizó una conferencia en vivo a nivel nacional para compartir perspectivas y lineamientos generales de nuestro trabajo. Por su parte, nuestro nuevo CEO global, Jonas Prising, informó vía Google+ los temas relevantes al negocio.

Desayunos con Capital Humano: la gerencia de Capital Humano coordinó 4 desayunos con todos los Gerentes de Casa Central, Gerentes Comerciales Regionales y Gerentes Operativos de CABA y de GBA. El objetivo fue generar un espacio de intercambio y de reflexión para definir inquietudes y propuestas de mejora.

“ManpowerGroup al día”: enviamos 142 correos electrónicos a todos los empleados para informarles las novedades de la empresa.

Intranet: es el Centro de información y de servicios útiles con una cartelera digital y aplicaciones que facilitan el trabajo cotidiano. En 2014, publicamos 100 artículos para profundizar temas de interés para toda la organización.

Cascadeos: realizamos el cascadeo de las capacitaciones “Diferenciación de Roles en Sucursales”, destinada a equipos de la Red de Sucursales; “Nuevo Modelo de Gestión de Desempeño”, para equipos de Casa Central y de Sucursales; Plan de Acción Comercial 2014 y resultados de la Encuesta de Clima.

Boletín “Expertos”: Boletín informativo online que les permitió a los colaboradores acceder a novedades de los principales temas relacionados con nuestro negocio. En 2014, lanzamos 4 ediciones.

Espacio de Encuentro de Líderes: realizamos 3 reuniones con todos los líderes de la organización conducido por el Comité de Dirección donde se compartieron los resultados del negocio y los planes estratégicos de trabajo.

Encuentros especiales: realizamos la octava edición de “Manpower con Nuestros Hijos”; donde más de 80 hijos de colaboradores visitaron las oficinas de Casa Central y de Sucursales. Además, durante el mundial de fútbol, compartimos los partidos de la Selección Argentina y organizamos un prode virtual dentro de la intranet de la compañía entregando premios en función de los resultados. A su vez, se compartieron almuerzos por equipo.

En diciembre de 2014, realizamos festejos de fin de año en todo el país.

Encuesta Anual de Clima: en virtud de una nueva edición de la encuesta de clima, desarrollamos una campaña de comunicación interna para fomentar la participación de todos los colaboradores. Generamos una nueva identidad visual y ambientamos las oficinas de Casa Central y de sucursales para celebrar la oportunidad de construir con nuestras respuestas el mejor lugar para trabajar.



Jornada “ManpowerGroup con nuestros hijos” en Casa Central

Capacitamos a nuestros empleados

En nuestro **Centro de Entrenamiento ManpowerGroup (CEM)** realizamos todo tipo de actividades formativas.

Los nuevos colaboradores son capacitados en valores, cultura y estrategia corporativa, como así también en gestión sustentable del negocio. Continuamos con la iniciativa “Acompañándonos desde un principio”, a través de la cual un representante del Departamento de Capital Humano, acompaña desde los primeros meses a los nuevos colaboradores. Asimismo, durante 2014, llevamos a cabo las siguientes iniciativas:

Google +: entrenamos a todos los empleados en el uso de la nueva herramienta a través de capacitaciones presenciales y vía webex.

Herramientas de evaluación: capacitamos al personal operativo y comercial en las nuevas herramientas para candidatos y asociados: Evaluatetest e Entreviú me. Se trata de herramientas de software que permiten optimizar los procesos de diagnóstico y selección de talento; así como también las instancias de entrevista de candidatos –respectivamente.

Certificación de Representantes de Servicio: se realizó un programa de capacitación a Representantes de Servicio (REP), ofreciendo herramientas de desarrollo profesional vinculadas a tendencias de reclutamiento. El 57% de los REP participó de esta certificación de conocimientos.

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.4	6.4.7	6.8.5
Indicadores GRI	G4-LA9	G4-LA10		

Programa de Capacitación Comercial: Todos los Gerentes Comerciales, Operativos, Supervisores del país, y un grupo seleccionado de Representantes de Servicio y de consultores recibieron diferentes capacitaciones durante el año para reforzar su rol comercial.

Seminarios: Utilizando la herramienta Google+, brindamos seminarios en diferentes temáticas, por ejemplo, Inteligencia Comercial, EntrevistARTE y Hunting en LinkedIn.

Horas de capacitación	2012	2013	2014
Trabajo y desarrollo	7.079	11.169	10.892
Por género			
Hombres	n/d	4.461	3.937
Mujeres	n/d	6.708	6.955
Por locación			
En Casa Central	4.531	4.385	3.512
En Sucursales	2.548	4.784	7.380
Por modalidad			
Presencial	4.526	9.837 ⁽²⁾	9.299
Conferencia	236	285	422
E-learning	2.317	141 ⁽³⁾	1.098
Webinar ⁽¹⁾	-	906	73
Por puesto de trabajo			
Dirección	37	50	64
Gerencia	637	934	1.534
Mandos medios	1.369	3.193	2.355
Colaboradores	5.037	6.992	6.939
Horas de capacitación en Sustentabilidad	548	330	551

1. Nueva categoría incorporada en 2013.

2. Las capacitaciones sobre la nueva herramienta de gestión de reclutamiento (SER) debieron ser realizadas en forma presencial, lo cual explica el crecimiento respecto del año anterior.

3. Como no se crearon nuevos e-learning ni se registraron ingresos masivos, la cantidad de asignaciones reportadas en 2013 fue menor.

Programas que impulsan el desarrollo de nuestros empleados

Nuestro proceso integral de "Gestión de Desempeño" (GDD) nos permite conocer y acompañar a nuestro capital humano en su desarrollo. En 2014, modificamos la estructura de nuestra evaluación de desempeño y la enfocamos al desarrollo de las competencias requeridas por el negocio.

Debido a esta transición, 40% de los empleados recibieron evaluación formal, mientras que el resto completó instancias finales de encuentro con sus líderes que -sin ser formalizadas bajo la metodología habitual-, hacen parte del proceso de readaptación que en este sentido estamos transitando como organización.

En este esquema, los líderes ocupan un rol de facilitador del desarrollo de sus colaboradores, mientras que éstos asumen una posición más activa respecto de su propio crecimiento.

En 2014, tres colaboradores fueron nombrados en cargos de mandos medios y uno a un cargo gerencial.

A través de nuestro Programa de Acompañamiento, en 2014 se registraron 139 horas de reuniones para 25 personas: 3 personas por su maternidad reciente, 4 para desarrollo gerencial, 10 para mandos medios y 8 vinculados con pedidos particulares.

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.

En 2014, implementamos la plataforma de puntos para canalizar la premiación del programa.

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.4	6.4.7	6.8.5
Indicadores GRI	G4-26	G4-LA10	G4-LA11	

Las iniciativas con reconocimiento en 2014 fueron:

Aniversario: reconocimos a 57 personas que han cumplido entre 5 y 25 años de antigüedad dentro de la compañía.

Nacimientos: obsequiamos sets de nacimiento a 39 colaboradores.

Aplausos: espacio en Intranet que permite resaltar las acciones relevantes de un colaborador o equipo de trabajo. Fueron reconocidos 24 colaboradores en el marco de esta iniciativa.

Profesional ManpowerGroup: reconocemos a todos los colaboradores que finalizan sus estudios de grado o posgrado. En 2014 reconocimos a 7 nuevos profesionales.

Socios en la Inclusión: reconocimos a 9 sucursales y colaboradores que promovieron la inclusión y la diversidad en sus equipos de trabajo y entre sus clientes bajo la iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”.

ANIVERSARIOS



Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar

Nuestro Plan Integral de Conciliación (PIC) “**Manpower con Vos. Equilibrando tu Vida**” busca dar respuesta a las necesidades de los colaboradores en relación a su equilibrio entre la vida personal y laboral. Incluye diez políticas que alcanzan: licencia por paternidad extendida, licencia optativa paga posterior a la licencia por maternidad, reducción temporaria de jornada para madres que se reintegran de la licencia por maternidad, licencia por adopción, políticas de adecuación laboral para cuidados de familiares enfermos, día libre por cumpleaños, horario laboral flexible, viernes laboral flexible, teletrabajo y licencia especial anual para personal jerárquico de la organización.

Continuamos con el programa “**Acompañamiento de madres que se reincorporan al trabajo**”, cuyo objetivo es brindar apoyo a las mujeres de la organización que luego de varios meses ausentes regresan tras su reciente maternidad. En 2014 tres madres participaron de esta iniciativa.

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.

En 2014, 28 mujeres gozaron de su licencia extendida por maternidad y 7 padres disfrutaron de la licencia por paternidad



Campaña de concientización sobre conciliación de la vida laboral y familiar producida por Club IFREI

Diversidad en ManpowerGroup

Creemos que valorar la diversidad es fundamental para mantener nuestro rol de liderazgo en el mundo laboral.

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

Abiertos a las ideas de todos, podemos seguir creando y compartiendo innovación y conocimiento.

Contamos con un Comité de Diversidad integrado por miembros de la Gerencia de Diversidad e Inclusión Laboral, de la Gerencia de Capital Humano y por consultores en selección de distintas sucursales del país.

En el marco de la iniciativa “Empresas Comprometidas en la respuesta al VIH/Sida” de Fundación Huésped, llevamos adelante un ciclo de concientización dirigido a todos los colaboradores, a partir del cual se ofreció información práctica sobre VIH y se analizó su vinculación con el ámbito laboral.

Secciones de la ISO 26000	6.3	6.3.5
Indicadores GRI	G4-38	
Principios del Pacto Mundial	Principios 1 al 6	

En septiembre, realizamos un taller sobre “Charlar de VIH en familia” a cargo de la Fundación Huésped, abierto a todos los colaboradores padres de la organización.

Conmemorando el Día mundial de la lucha contra el VIH Sida, el 1° de diciembre nos sumamos a la campaña #YoTambién, porque creemos en la igualdad de derechos y en la no discriminación.



Ciclo de concientización interna sobre VIH/SIDA y su relación con el ámbito laboral

Salud y seguridad para nuestros empleados

Todos los colaboradores de ManpowerGroup deben respetar las normas, políticas y procedimientos relacionados con la salud y seguridad en el ámbito del trabajo y estar listos para ejecutar planes ante emergencias. En este marco, capacitamos a nuestros colaboradores en riesgos de oficina, incendios y evacuación para garantizar la máxima seguridad en el ambiente laboral. En 2014 realizamos un simulacro de incendio en Casa Central, 17 visitas para evaluar las condiciones de seguridad e higiene en las sucursales y 10 para capacitar al personal.

A los nuevos trabajadores les entregamos el Manual de Normas Básicas de Seguridad e Higiene para Personal Administrativo, que incluye información y consejos de prevención de accidentes y lesiones.

A través de nuestra plataforma de Google + compartimos con todos los colaboradores consejos útiles sobre seguridad y salud ocupacional.

Indicadores de Salud y Seguridad	2012	2013	2014		
			Hombres	Mujeres	Total
Indicadores de seguridad					
Cantidad de accidentes registrados	3	2	2	1	3
Días perdidos por accidentes	34	11	105	2	107
Duración media de los accidentes registrados ⁽¹⁾	11,33	5,50	52,5	2	35,6
Tasa de frecuencia ⁽²⁾	2,33	0,69	1,93	0,97	2,90
Tasa de gravedad ⁽³⁾	26,41	1,687	101,4	1,9	103,3
Tasa de accidentes ⁽⁴⁾	0,48	0,35	0,4	0,2	0,6
Indicadores de salud					
Horas perdidas por enfermedad	10.784	15.496	3.456	1.344	4.800
Horas perdidas por enfermedad/cantidad de empleados ⁽⁵⁾	17,42	27,19	7,31	2,84	10,15
Tasa de enfermedad ⁽⁶⁾	0,84	1,31	1,5	0,58	2,08

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 empleados en el año.

Secciones de la ISO 26000	6.4 6.4.6 6.8 6.8.3 6.8.4 6.8.8
Indicadores GRI	G4-LA6
Principios del Pacto Mundial	Principio 1



Pieza de comunicación con consejos útiles sobre seguridad y salud ocupacional compartida con nuestros colaboradores a través de canales internos

09

Asuntos con clientes, asociados y candidatos

Perfil de nuestros clientes

Perfil de nuestros clientes	2012	2013	2014
Cientes por especializaciones ⁽¹⁾			
Administrativo	47%	43%	54%
Call center	4%	4%	4%
Hospitalidad	7%	8%	10%
Industrial	48%	46%	51%
Promociones	19%	17%	18%
Rural	4%	3%	3%
Cientes por tamaño de empresas			
Pymes	56,8%	56,9%	52,5%
Grandes empresas	41,9%	43,1%	42,8%
Presencia de nuestras empresas cliente			
Interior del país	32%	31%	35,1%
Buenos Aires ⁽²⁾	57%	58%	52,1%
Buenos Aires e interior del país	11%	11%	12,6%

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

2. Incluye a clientes en CABA y en GBA.

CLIENTES

Iniciativas

Estudio de satisfacción a clientes

Canales de comunicación con nuestros clientes

Comunicando el valor de la diversidad a nuestros clientes

Resumen

Evaluamos la calidad de nuestros servicios a través de una encuesta mensual de satisfacción del cliente y a partir del sistema NPS (Net Promoter Score) donde se pregunta a los clientes si recomendarían a ManpowerGroup a un colega o amigo.

A través de encuentros presenciales, material digital y el uso de las redes sociales, mantenemos un contacto fluido con nuestros clientes para conocer sus opiniones y mantenerlos informados sobre la gestión de la compañía y las tendencias del mundo del trabajo.

Transmitimos a nuestros clientes los valores y cultura corporativa a través de la difusión de nuestros programas de inclusión laboral.

Nuestra Experiencia y Liderazgo

Nuestro trabajo es liberar el potencial de las personas dentro de las organizaciones; por eso, ofrecemos nuestra experiencia para el desarrollo del talento que las empresas necesitan. Nuestra familia de marcas conectadas entre sí nos permiten brindar a nuestros clientes un abanico de soluciones integradas:

- Evaluación y reclutamiento
- Capacitación de la fuerza laboral
- Desarrollo profesional
- Consultoría
- Tercerización
- Gestión de talento

Cientes en cifras	2012	2013	2014
Cantidad de clientes ⁽¹⁾	2.005	1.739	1.594
Ventas (en millones de pesos)	1.343	1.401	1.656
Gastos en publicidad (en millones de pesos)	1,6	1,5	1,5
Participación de ManpowerGroup en el mercado			
% del personal ocupado empleado por ManpowerGroup	12,6%	12,2%	13,1%
% sobre la facturación (market share en \$) ⁽²⁾	13,1%	12,6%	13,6%
Representación geográfica			
Número de sucursales	51	43	40
Presencia en provincias argentinas	22	17	15
Atención al cliente			
Cantidad de ejecutivos de cuentas	7	9	7

1. Incluye clientes con facturación positiva durante el año.

2. El market share corresponde solo a provisión de personal eventual, única actividad de los servicios de ManpowerGroup del que se disponen estadísticas oficiales.

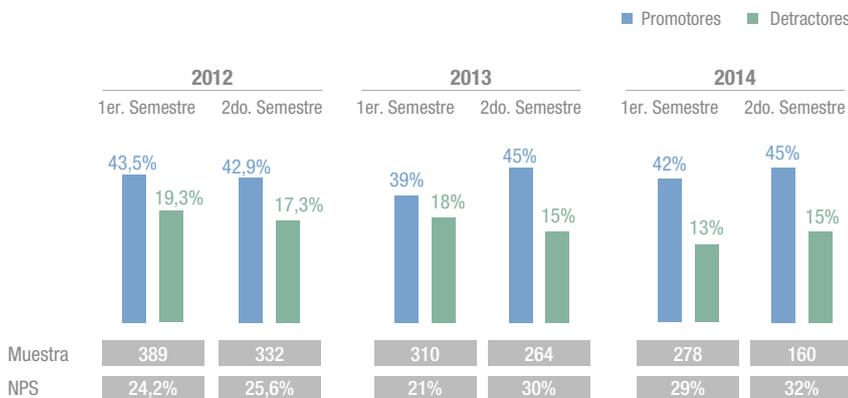
Evaluamos la calidad de nuestro servicio

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2	6.7	6.7.4	6.7.5	6.7.6	6.7.8	6.7.9
Indicadores GRI	G4-26	G4-27							

Estudio Net Promoter Score (NPS)

Cada año revisamos el grado de satisfacción de nuestros clientes a través de una metodología conocida como NPS (Net Promoter Score), a partir de la cual conocemos si están dispuestos a recomendar el servicio ofrecido por ManpowerGroup a un tercero. La Encuesta, realizada semestralmente, ofrece una perspectiva muy precisa del nivel de conformidad respecto de la gestión de la compañía. **En el segundo semestre de 2014, obtuvimos el NPS más alto (32%) desde la implementación de la Encuesta, a comienzos de 2010.**

Encuesta de Satisfacción de Clientes (NPS)



Estudio de evaluación de la calidad del servicio

Complementariamente, también con frecuencia semestral, se realiza un sondeo respecto de la calidad del servicio ofrecido por ManpowerGroup. A través de esta herramienta, las empresas cliente evalúan aspectos de la prestación recibida y valoran los atributos de la marca.

En 2014, los atributos más valorados por nuestros clientes fueron:

- Claridad y precisión en procesos administrativos;

- Rapidez para responder con el personal solicitado;
- Facilidad para comunicarse;
- Claridad y precisión en el proceso de facturación; y
- Servicio en términos generales.

La satisfacción general de clientes fue de 8,1/10 en la primera muestra (realizada en agosto); mientras que se obtuvo

8,2/10 en el segundo sondeo (realizado en diciembre). En el caso de clientes con ejecutivo de cuentas (con atención personalizada por la masividad de pedidos), el indicador ascendió a 8,4 puntos. Finalmente, el 73% de los encuestados respondió que elegiría a ManpowerGroup para nuevas contrataciones, ascendiendo a 83% entre los clientes con ejecutivos de cuentas¹⁵.

Cómo nos comunicamos con nuestros clientes

Trabajamos para ofrecer servicios de la mejor calidad y para competir empleando prácticas éticas. En esta línea, en presentaciones o en conversaciones con clientes, y en nuestro material publicitario y promocional, siempre utilizamos información exacta y veraz acerca de nuestros productos y servicios. Cuando se nos pide que nos comparemos con la competencia, presentamos esa información de manera justa.

Los canales y piezas de comunicación que utilizamos reflejan nuestros valores, principales conceptos corporativos y atributos. Nuestro sitio web funciona como un espacio para que los clientes se mantengan informados sobre las novedades de la empresa. A su vez, continuamos potenciando el uso de las redes sociales como canal de comunicación para acercarnos a empresas y a candidatos:

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Indicadores GRI	G4-26	G4-27	



17.977
/Manpower
Argentina

7.404
/ManpowerGroup
Argentina

4.213
/Experis



4.480
@Manpower
Argentina

5.697
@ManpowerGroup
Argentina

291
@Experis



128



83.968

También realizamos campañas de marketing vía correo electrónico y efectuamos webinars con clientes para compartir nuestro conocimiento del mercado laboral.

En 2014, además:

- Organizamos desayunos con clientes de todo el país. Realizamos 6 encuentros en CABA, 3 en GBA (dos en San Isidro y uno en Quilmes), 3 en provincia de Buenos Aires (Bahía Blanca, La Plata y Pergamino) y 1 en Entre Ríos (Gualeguaychú).
- Nos relacionamos con las pymes en los eventos “Focus Pyme” y “El Cronista Pyme” realizados en la Ciudad de Buenos Aires, Salta, Córdoba, Tucumán, Mar del Plata, Paraná, Santa Fe y Rosario.
- Realizamos dos webinars sobre: “Perspectivas económicas y expectativas de empleo para 2014” y “El coaching como estrategia de desarrollo de líderes”.

Escasez de Talento

En 2014, presentamos la novena Encuesta de Escasez de Talento, un estudio que explora el impacto de este fenómeno en el mercado laboral global y cómo responden los empleadores a los retos provocados por la falta de candidatos para categorías de puestos específicos.

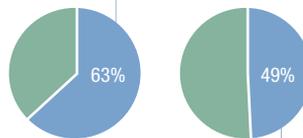
En esta edición, complementando el análisis troncal de la problemática, la compañía elaboró una serie de recomendaciones para trabajar sobre la brecha generada por la escasez de talento, identificando acciones específicas que las áreas de recursos humanos deben implementar para superar el fenómeno: consolidar una estrategia de capital humano que garantice el balance entre oferta y demanda de talento; crear propuestas de valor que respondan a las necesidades de los individuos y que logren alinearse con los objetivos organizacionales; y diseñar de nuevas prácticas y modelos de trabajo que permitan acceder, movilizar, optimizar y liberar el potencial de los empleados.

Además, seguimos desarrollando ediciones trimestrales de la **Encuesta de Expectativas de Empleo**. Se trata de un análisis proyectivo sobre las intenciones de contratación de empleadores de todo el mundo para los meses subsiguientes a los que se realiza el estudio. A nivel local, la compañía realiza la encuesta a más de 800 empleadores de todo el país, presentando la información desglosada por sector de la economía, región geográfica y tamaño de las organizaciones participantes. La Encuesta de Expectativas de Empleo es una herramienta utilizada y consultada frecuentemente entre nuestros socios comerciales y clientes, por su fiabilidad estadística y contundencia.

A través de nuestras investigaciones e informes especiales, compartimos conocimientos, experiencia y recursos públicamente para ayudar a comprender las tendencias presentes y futuras del mundo del empleo.

Resultados Argentina

63% de los empleadores reporta dificultad en cubrir posiciones



49% de los empleadores que experimenta escasez de talento sostiene que esta tiene un impacto medio o alto en su capacidad de atender a las necesidades de sus clientes

Los 10 puestos más difíciles de cubrir



1. Se espera que RRHH sea el experto de facto y el asesor para conducir el plan estratégico del capital humano.
2. RRHH necesita utilizar principios y experiencias de marketing para consumidores dado que ahora el talento es un consumidor inteligente y sofisticado.
3. RRHH debe diseñar diferentes modelos de trabajo para impulsar la generación de valor.

Transmitimos el valor de la diversidad a nuestros clientes

Promovemos la diversidad e inclusión en el mundo del empleo, alentando a nuestros clientes a asumir un rol activo respecto de la temática.

Bajo la iniciativa **“Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”** efectuamos una campaña de comunicación online para concientizar sobre la importancia de la diversidad en el mundo del empleo y acercar a nuestros clientes con las problemáticas sociales que abordamos desde nuestros programas de inclusión¹⁶.

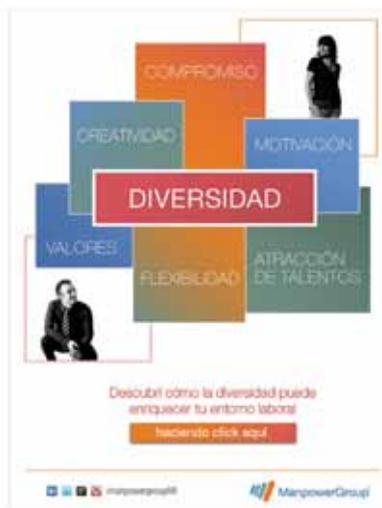
Durante 2014, desarrollamos encuentros con empresas clientes para dar a conocer nuestra propuesta de outplacement para personas con discapacidad, en el marco de la Consultoría en Diversidad e Inclusión. Asimismo, hicimos una presentación sobre las posibilidades que ofrece esta clase de acompañamiento en el marco de nuestra participación en el Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad, una red de empresas que trabaja por el fomento de las oportunidades de empleo para personas con discapacidad.

Además, en septiembre fuimos invitados como oradores por la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Pergamino (provincia de Buenos Aires), a un encuentro con empresas bajo la consigna: “De la RSE a la Sustentabilidad: las empresas y una agenda de cambio”.

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6		



Desayuno de trabajo con empresas cliente sobre el outplacement para personas con discapacidad



Campaña de concientización de Diversidad e Inclusión

Concientizamos sobre la importancia de la diversidad en el mundo del empleo y alentamos a nuestros clientes a asumir un rol activo

CANDIDATOS Y ASOCIADOS

Iniciativas

Resumen

Atención en sucursales	Rediseñamos el programa “Experiencia del Candidato” y realizamos relevamientos sobre la calidad de atención en sucursales para detectar oportunidades de mejora.
Capacitación a los asociados para brindar un mejor servicio	Ofrecimos unas 5.000 horas de capacitación online y 500 cursos en castellano a través del centro de capacitación y desarrollo (TDC).
Estudio de satisfacción a asociados	Usamos el sistema NPS para medir la satisfacción de nuestros asociados.
Evaluación de desempeño de los asociados	Evaluamos a nuestros asociados en función de los requerimientos del cliente y en términos de conocimiento, experiencia y habilidades laborales.
Gestión de los convenios colectivos para cada asociado	Gestionamos los diferentes convenios relacionados con los sectores donde operamos.
Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados	Utilizamos diversos canales para atraer nuevos talentos y ofrecer oportunidades laborales. Renovamos la web de candidatos y lanzamos una nueva plataforma para asociados. En redes sociales, recibimos y atendemos consultas y comentarios.
Salud y seguridad	Contamos con un área específica dentro de la empresa para garantizar que nuestros asociados desarrollen sus actividades en un ambiente de trabajo seguro.

Asociados en cifras	2012	2013	2014
Número de asociados	42.593	33.003	29.449
Evaluación de desempeño del asociado (El cliente evalúa al asociado) ⁽¹⁾			
Evaluaciones de desempeño enviadas	12.549	10.018	7.700
Evaluaciones de desempeño recibidas	2.318	1.409	960
Cantidad de asociados premiados	230	288	221
Cantidad de asociados con puntaje mayor a 41/50	667	277	304
Encuesta de satisfacción de asociados (El asociado evalúa a ManpowerGroup)			
NPS 1° semestre	34,3%	34,%	31%
NPS 2° semestre	32,3%	39%	36%
Seguridad e Higiene			
Visitas de relevamiento en empresas clientes	185	181	175
Clientes visitados	53	35	42
Visitas de capacitación	370	113	141
Asociados capacitados	1.025	613	589
Centro de Capacitación y Desarrollo			
Cantidad de cursos online	2.817	2.830	3.154

1. Durante 2014 comenzamos a centralizar la liquidación de haberes de asociados en casa central. Al trasladar al personal administrativo –responsable de la administración de la Evaluación de Desempeño desde sucursal a casa central, en 2015 empezaremos a centralizar este proceso, con la mejora tecnológica necesaria.

Las personas que seleccionamos para que trabajen para nuestros clientes son nuestros asociados. Ellos definen la calidad del servicio que brindamos

Servicio en nuestras sucursales

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2	6.3.9	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5
Indicadores GRI	G4-26	G4-27						
Principios del Pacto Mundial	Principio 1							

Durante 2014, en virtud de haber detectado una mayor afluencia de candidatos postulados vía web, comenzamos a delinear una nueva “Experiencia del candidato”, un programa a partir del cual los profesionales de nuestros equipos de sucursal acompañan, guían y asesoran a los candidatos en su acercamiento al mercado laboral.

En función de esta nueva estrategia (aún en implementación durante 2015), la Dirección Nacional de Operaciones realizó fichas de relevamiento en torno a la “Experiencia del Candidato” en sucursales clave, con el objetivo de homogeneizar la calidad en la atención y detectar posibilidades de mejora.

Capacitamos a nuestros asociados para brindar un mejor servicio

En nuestro Centro Virtual de Capacitación y Desarrollo (TDC) ofrecemos formación gratuita a los candidatos que han sido entrevistados en nuestras sucursales y a nuestros asociados para que puedan tener un mejor desempeño profesional y así brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

En diciembre de 2014, junto con el lanzamiento del portal para asociados, desarrollamos la posibilidad de que éstos puedan autogestionar el acceso al sitio, optimizando los tiempos operativos y de gestión de perfiles. El TDC permite ingresar las 24 horas los siete días de la semana a todos los cursos.

Las capacitaciones están organizadas en cinco grupos:

- Cuidado del Medioambiente.
- Seguridad e Higiene en el trabajo.
- Tecnología de la Información (IT).
- Cursos para el usuario final (Office, Windows, etc.).
- Cursos de Habilidades para los Negocios.

En 2014, el sitio ofreció 5.000 horas de capacitación y 500 cursos en castellano. Además, se registraron 481 nuevos usuarios.

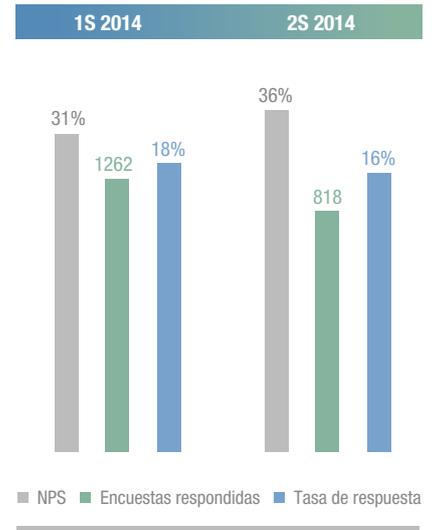
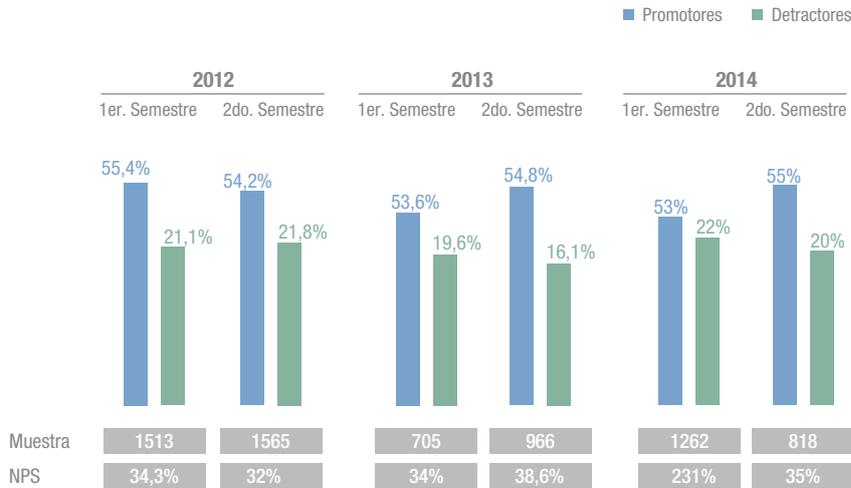
Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3.9	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5
Indicadores GRI	G4-15					
Principios del Pacto Mundial	Principio 1					

Estudio de satisfacción a asociados

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2	6.3.9	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5
Indicadores GRI	G4-26	G4-27						
Principios del Pacto Mundial	Principio 1							

Medimos la satisfacción de nuestros asociados a través del indicador NPS (Net Promoter Score), donde les preguntamos si recomendarían a ManpowerGroup a un colega o amigo. La encuesta se realiza semestralmente y se centraliza desde México para toda la región latinoamericana.

Encuesta de Satisfacción de Asociados



Evaluamos el desempeño de los asociados

Realizamos un seguimiento de los conocimientos, la experiencia y las habilidades laborales de nuestros asociados para medir su desempeño. La evaluación se realiza tres veces al año, en marzo, julio y noviembre. Durante cada cuatrimestre, se procesan las respuestas y los resultados que son compartidos con el asociado personalmente, analizando las oportunidades de mejora para su desarrollo profesional. En función de estos resultados, entregamos el **“Premio ManpowerGroup a la Excelencia”**. En 2014 fueron reconocidos por su desempeño destacado 221 colaboradores.

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.3.9	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5
Indicadores GRI	G4-26					
Principios del Pacto Mundial	Principio 1					



Entrega del “Premio ManpowerGroup a la Excelencia”

Gestión de los convenios colectivos para cada asociado

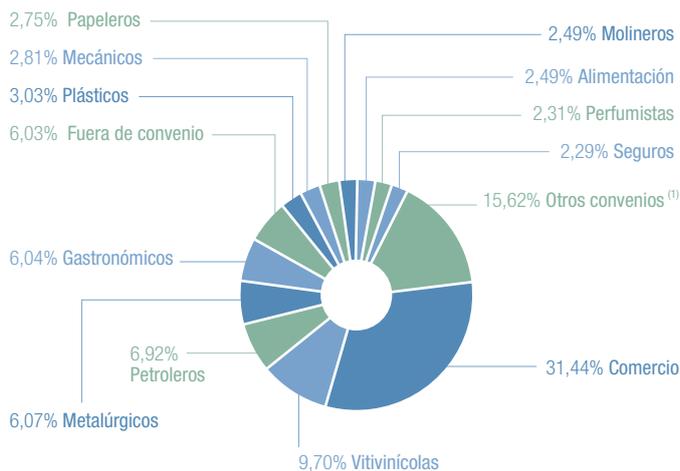
Gestionamos diferentes convenios según el sector en el que trabaje cada asociado. ManpowerGroup, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes sociedades: Cotecsud S.A.S.E., Benefits S.A., Ruralpower S.A. y Salespower S.A.

En el caso de Cotecsud, al ser una empresa de servicios eventuales, y por aplicación de lo dispuesto por el artículo 29 bis de la Ley de Contrato de Trabajo (20.744), al trabajador permanente dis-

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-HR4													
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 3													

continuo se lo enmarca en 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.

Resultados Argentina



1. Este grupo está compuesto por 65 diferentes convenios que representan cada uno menos del 2% del total.

Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2	6.3.9	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5
Indicadores GRI	G4-26							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1							

Utilizamos diversos canales de comunicación para atraer nuevos talentos y ofrecer oportunidades laborales. Asimismo, nos esforzamos por mantener una comunicación fluida y transparente con nuestros candidatos y asociados. En las redes sociales – LinkedIn, Facebook, Twitter y Youtube–, recibimos consultas y comentarios que derivamos a las sucursales, áreas o responsables correspondientes. En 2014, la cantidad de seguidores en Facebook creció casi un 100%.

En 2014 implementamos un nuevo portal para nuestros empleados asociados, que permite gestionar de manera ágil y sin necesidad de concurrir a nuestras sucursales, la mayoría de los trámites propios de la gestión de capital humano, tales como consultas, solicitudes, inscripción en nuestra plataforma de capacitación online, acceso a beneficios corporativos y recibos de sueldos digitales.

Para potenciar el uso de este nuevo portal, generamos folletería relacionada con la gestión administrativa, así como instructivos que pueden consultarse desde la plataforma.

A principios de 2014, lanzamos nuestro Sistema **SER -Sistema Eficiente de Reclutamiento-** con el fin de optimizar los procesos y los resultados de reclutamiento, para brindar una respuesta satisfactoria a los requerimientos de nuestros clientes y aumentar nuestra competitividad en el mercado.

Salud y seguridad

Trabajamos para que nuestros asociados desarrollen sus actividades en un ambiente seguro. Para ello:

- Asesoramos a todas las sucursales en temas de seguridad e higiene y en accidentología, y a distintas áreas de la empresa en cuestiones también inherentes a la seguridad y la salud.
- Atendemos inspecciones de distintos organismos municipales y nacionales, a la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT) a las Aseguradoras de Riesgo de Trabajo (ART) y a peritos de parte.
- Organizamos reuniones con responsables de Seguridad e Higiene de distintas empresas cliente.
- Evaluamos las condiciones de Seguridad e Higiene en los centros habitacionales, como así también a los contratistas que prestan servicio en los negocios rurales.
- Chequeamos las condiciones de seguridad en las que prestan servicios nuestros asociados.
- Confeccionamos indicadores de siniestralidad, análisis seguro de tareas, programas de seguridad en empresas cliente, y mapas de riesgos de nuestros asociados.

En 2014, además:

- Mantuvimos la operatoria habitual de visitas y capacitaciones para nuestros clientes. A pedido de algunas sucursales, realizamos visitas enfocadas en la investigación de accidentes.
- Actualizamos los contenidos de nuestros manuales y los incluimos en el sitio de asociados.
- Realizamos capacitaciones en riesgos en industrias específicas con las cuales operamos.

Secciones de la ISO 26000	6.3.9	6.4	6.4.6	6.6.6	6.7	6.7.4	6.7.5	6.8	6.8.3	6.8.4	6.8.8
Indicadores GRI	G4-LA6										
Principios del Pacto Mundial	Principio 1										

Indicadores de salud y seguridad	2012	2013	2014		
			Hombres	Mujeres	Total
Indicadores de seguridad					
Cantidad de accidentes registrados	1.691	1.447	968	220	1.188
Días perdidos por accidentes	34.694	33.674	25.340	5.972	31.312
Duración media de los accidentes registrados ⁽¹⁾	20,45	23,27	26,17	27,14	26,35
Tasa de frecuencia ⁽²⁾	77,87	81,54	59,19	13,45	72,64
Tasa de gravedad ⁽³⁾	1.593,1	1.897,7	1.549,5	365,1	1.914,6
Tasa de accidentes ⁽⁴⁾	3,83	4,18	3,11	0,7	3,81
Indicadores de salud					
Horas perdidas por enfermedad	346.505	305.785	166.335	112.771	279.106
Horas perdidas por enfermedad/cantidad de empleados ⁽⁵⁾	2,04	2,08	1,32	0,89	2,21
Tasa de enfermedad ⁽⁶⁾	1,59	1,72	1,01	0,69	1,70

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.

Utilizamos diversos canales de comunicación para atraer nuevos talentos y ofrecer oportunidades laborales

10

Prácticas de negocio responsable

Transparencia en la gestión

ManpowerGroup ha crecido y ha prosperado con una cultura de honestidad, integridad y responsabilidad, y consideramos que esta cultura sigue siendo una ventaja competitiva para nosotros.

La marca y la reputación de nuestra Compañía son ampliamente reconocidas por su confiabilidad, un atributo que intentamos defender en todo lo que hacemos.

Por cuarto año consecutivo, fuimos reconocidos por el Instituto Ethisphere como una de las **“Compañías más Éticas del Mundo 2014”** gracias al compromiso con el liderazgo ético, las prácticas de cumplimiento y la responsabilidad social empresaria. El listado está conformado

por más de un centenar de organizaciones internacionales que actúan en más de 30 industrias diversas, siendo ManpowerGroup la única distinguida en su sector de mercado.



Código de Conducta y Ética Empresarial

Contamos con un Código de Conducta y Ética Empresarial que brinda un marco para llevar a cabo nuestras funciones con integridad y respeto hacia los valores de la compañía. Dentro de los contenidos del Código, se encuentran temas como

Secciones de la ISO 26000	4.4	6.2	6.6	6.6.3	
Indicadores GRI	G4-41	G4-56	G4-57	G4-58	G4-S03
Principios del Pacto Mundial	Principio 10				

Secciones	Resumen
Código de Conducta y Ética Empresarial	Nuestro Código alcanza a todos los empleados promoviendo la integridad y respetando los valores de la empresa. Contamos con un Comité de Ética, conformado por miembros del Comité de Dirección, que velan por su cumplimiento.
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 cursos presenciales y on line. El 100% de los miembros del Comité de Sustentabilidad fueron informados sobre las políticas y procedimientos anti-corrupción.
Cumplimiento del marco regulatorio	Desarrollamos nuestras acciones con foco estratégico en el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional.
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.
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".
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 nuestro conocimiento y experiencia sobre el mundo del trabajo.
Sistematización de proveedores para una gestión eficiente	Este año ampliamos tres rubros e incorporamos 8 nuevas áreas y 57 proveedores a la gestión de la Gerencia de Compras. Trabajamos para afianzar el vínculo con nuestros proveedores con el fin de generar relaciones de largo plazo para mutuo beneficio.
Proceso de selección y evaluación de proveedores	Contamos con una herramienta de evaluación a proveedores, que incorpora al proceso habitual aspectos de sustentabilidad.
Compras responsables	Compramos a proveedores pertenecientes a proyectos que generen valor social o ambiental.
Desarrollo de proveedores locales	El total de los proveedores gestionados por la Gerencia de Compras son nacionales. En 2014, el 25% de ellos fueron locales.
Diálogo con proveedores	Realizamos un diálogo con 14 proveedores donde relevamos expectativas sobre el Reporte y la gestión de compras.
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.

el respeto por los Derechos Humanos, los procedimientos para evitar conflicto de interés y los lineamientos que guían la gestión y toma de decisiones.

Este documento contribuye a la promoción y protección efectiva de nuestra marca y de las diversas partes interesadas. Nos ayuda a poner foco a ciertas áreas de riesgo ético; suministra orientación para el reconocimiento y el tratamiento de cuestiones éticas y ofrece mecanismos para denunciar, sin temor a represalias, la conducta carente de integridad.

A partir de 2014, el Comité de Ética de ManpowerGroup en la Argentina se ha

involucrado proactivamente en la implementación y seguimiento de acciones de capacitación, comunicación y observancia de las políticas corporativas aplicables a los negocios, como así también a la realización de controles que permitan identificar el grado de cumplimiento de las mismas.

Estas nuevas funciones se suman a las que originalmente tenía nuestro Comité: velar por el cumplimiento del Código y recibir y evaluar denuncias de parte de los empleados a través del correo electrónico, o por teléfono a la Línea Ética. Ante una denuncia, el Comité realiza un relevamiento de información de la situación

Anualmente todos nuestros empleados son formados en el Código de Ética

problemática, recomienda un plan de acción y da seguimiento al tema.

Anualmente todos nuestros empleados son formados en el Código, mediante una plataforma de e-learning desarrollada por nuestra casa matriz. Este curso es obligatorio para el 100% de los empleados.

Capacitaciones sobre ética, políticas y procedimientos anti-corrupción

Como todos los años realizamos las siguientes acciones de formación sobre aspectos de transparencia y anti-corrupción:

- Curso anual de Anticorrupción y Competencia Global (Global Competition/Antitrust): ayuda a los empleados a comprender las leyes vigentes que rigen las relaciones con los competidores, clientes y proveedores. Este curso está destinado a 46 personas entre directores, personal de ventas y empleados que tratan regularmente con entidades de gobierno y con la competencia.
- Curso sobre Soborno y Corrupción Internacional: destinado a funcionarios que interactúan con entidades gubernamentales. El mismo provee información sobre tres convenciones internacionales anti-soborno: la Ley sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), la Convención de la Unión Europea sobre la Lucha contra la Corrupción y la Convención de la Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo (OECD Convention). En 2014 se capacitaron 12 personas.
- Certificación sobre comprensión de la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero: dirigido a directores financieros y funcionarios que interactúan con entidades gubernamentales.
- Curso anual de Ética y Conducta Empresarial y Seguridad Informática. 100% de la compañía capacitada.

Además, el 100% de los miembros del Comité de Sustentabilidad fueron informados y capacitados sobre las políticas y procedimientos de anti-corrupción.

Secciones de la ISO 26000	6.6	6.6.3
Indicadores GRI	G4-S04	
Principios del Pacto Mundial	Principio 10	

Cumplimiento del marco regulatorio

El acompañamiento y asesoramiento legal y jurídico es clave para lograr una alta calidad en nuestros servicios. Desarrollamos nuestras acciones con foco estratégico en el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional.

Los servicios brindados, especialmente en provisión de personal eventual, son auditados por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. En este sentido, y tal como lo establece el Decreto 1694/06 que regula la actividad, en marzo de cada año se deben renovar las garantías exigidas por el Ministerio para poder brindar servicios, como así también acreditar el cabal cumplimiento de las obligaciones laborales, previsionales y las vinculadas con coberturas de seguros obligatorios (ART, de Vida), entre otros.

A su vez, gestionamos los riesgos legales, a partir de diferentes herramientas que nos permiten realizar nuestro negocio con altos estándares de ética, confianza y cumplimiento de leyes y normas vigentes. La **“Política de Formalización de Relaciones Comerciales”**, asegura que los negocios que realiza la compañía cuenten con un marco regulado en donde las partes establezcan sus derechos y obligaciones respecto del servicio. La aceptación de nuestras propuestas comerciales implica para las partes un compromiso expreso de evitar todo tipo de actos que puedan constituir acciones o prácticas de corrupción -con el alcance y significado que le otorga la Foreign Corrupt Act-, daños al medioambiente, contratación de menores en violación a las restricciones para el trabajo infantil, trata de personas, ley de asociaciones sindicales, y violaciones a la Ley 23.592 contra actos discriminatorios. La interpretación o ejecución de cualquiera de las cláusulas de la propuesta, a su vez, deberá tener en cuenta los compromisos asumidos por ManpowerGroup como empresa firmante del Pacto Global de Naciones Unidas, en cada una de las acciones que se generen como consecuencia del servicio.

Por otro lado, se dispone de un procedimiento de seguimiento de los casos de cumplimiento, que llegan incluso a la aplicación de penalidades económicas a las sucursales o sectores infractores.

Secciones de la ISO 26000	4.6	4.7	6.2
Indicadores GRI	G4-2		

Respeto por los derechos de propiedad

En el marco del cumplimiento de nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, vemos por el respeto y protección de la información de nuestros empleados, asociados, clientes, proveedores, candidatos, socios comerciales y otros individuos.

Asimismo, la “**Política de Privacidad de Datos Personales**” garantiza el correcto uso de la información que manejamos de nuestros candidatos, asociados y empleados, quienes firman su consentimiento sobre este documento.

Como todos los años, en 2014 actualizamos nuestra base 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.

Contamos con una “Política para los empleados sobre el uso de los recursos informáticos” que proporciona las medidas básicas de control que todas las entidades comerciales de ManpowerGroup deben implementar. Tales medidas son requeridas para reducir la probabilidad de problemas como fraude, desfalco, espionaje industrial, sabotaje, errores/omisiones, y falta de disponibilidad de los sistemas.

Secciones de la ISO 26000	6.7 6.7.7
Indicadores GRI	G4-PR8
Principios del Pacto Mundial	Principio 1

Participación política responsable

Renovamos nuestro acuerdo con CIPPEC

En enero de 2014 renovamos nuestro acuerdo con el Centro de Implementación de políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), con el objetivo de acompañar al fortalecimiento del Programa de Protección Social.

A su vez firmamos un convenio entre CIPPEC y Right Management (nuestra marca especializada en servicios de consultoría) para contribuir al fortalecimiento de las relaciones laborales de CIPPEC, desarrollando el proyecto “Diagnóstico Organizacional” a través del alcance de los siguientes objetivos:

- Diagnosticar e identificar oportunidades de mejora en los aspectos claves del clima, la cultura y el desarrollo del talento organizacional.
- Proponer iniciativas con el objetivo de elevar el nivel de compromiso y alineamiento de las personas con la organización.

Secciones de la ISO 26000	6.2 6.6 6.6.4 6.8.3
Indicadores GRI	G4-15 G4-EC7
Principios del Pacto Mundial	Principio 1, 2 y 6

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

En virtud del acuerdo firmado con Ministerio de Desarrollo Social de la ciudad de Buenos Aires para participar de su programa Reconstruyendo Lazos, en 2014 brindamos dentro de las instalaciones de Casa central, un espacio de práctica profesional para dos jóvenes de este programa¹⁷.

En 2014 continuamos trabajando 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 del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL). Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas con Discapacidad (CO-NADIS).
- Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Comisión para la Plena Integración de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Secciones de la ISO 26000	6.2 6.6 6.6.4 6.8.3
Indicadores GRI	G4-15 G4-EC7
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6

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

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

Asimismo, la participación de ManpowerGroup en el Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) –como miembro y por su representación en el cuerpo directivo de la organización- ofrece una plataforma para explorar la Sustentabilidad, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, así como también consensuar posiciones empresarias en una variedad de foros, trabajando con el Gobierno, la sociedad civil y organizaciones intergubernamentales. De este modo, la compañía logra participar en la generación de políticas públicas para crear las condiciones del entorno más adecuadas para una contribución efectiva al desarrollo.

Promoción de la Responsabilidad Social con la cadena de valor

Estamos convencidos de que la mejor forma de hacer negocios es junto a socios que demuestran un alto nivel ético en su conducta comercial y estableciendo relaciones de mutuo beneficio a largo plazo.

“Socio de negocios” hace referencia a cualquier agente, proveedor, contratista independiente o consultor que proporcione productos o servicios a ManpowerGroup o en representación de esta compañía.

La mayoría de nuestros proveedores son productores de bienes (indumentaria, elementos de protección personal, vehículos, impresiones, papelería, tecnología, entre otros) o servicios (relacionados principalmente a limpieza, comedor, alojamiento, telefonía, enlaces, comunicación externa y prensa, consultoría en diferentes áreas, mensajería, remises, entre otros). Se trata de empresas de diversas magnitud que van desde emprendimientos familiares o pymes hasta multinacionales.

La mejor forma de hacer negocios es junto a socios que demuestran un alto nivel ético en su conducta comercial

PROVEEDORES EN CIFRAS	2012	2013	2014
Cantidad			
TOTAL	2.844	2.039	2.047
COTECUD S.A.S.E.	1.474	916	1253
BENEFITS S.A.	408	422	407
RURALPOWER S.A.	681	409	165
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A.	46	29	30
SALESPower S.A.	235	263	192
Pago a Proveedores (en pesos)			
TOTAL	147.615.223	202.272.514	199.316.055
COTECUD S.A.S.E.	73.468.168	106.432.477.50	131.751.432
BENEFITS S.A.	11.808.419	30.145.700.90	35.252.446
RURALPOWER S.A.	55.518.858	42.404.808.90	12.624.917
RIGHT MANAGEMENT ARGENTINA S.A.	286.377	536.967	719.728
SALESPower S.A.	6.553.401	22.752.562	18.967.529
Código de Conducta			
% de los nuevos proveedores gestionados por el área de compras que firmaron la Carta de Adhesión	95%	94%	80%
Cantidad de proveedores que firmaron la Carta de Adhesión	61	48	45
Visitas a proveedores			
Cantidad de visitas a empresas proveedoras	113	62	41
Provincias visitadas	5	4	1
Gestión de la Gerencia de Compras			
Cantidad de proveedores incorporados a la base de la Gerencia de Compras	64	51	57
Total acumulado de Proveedores gestionados por la Gerencia de Compras	497	548	605
% proveedores gestionados por Compras vs. Cantidad total de proveedores	17%	26%	30%
% presupuesto gestionado por Compras vs. Pagos consolidado de compras a proveedores	63%	60%	58%

Sistematización de proveedores

Durante 2014 continuamos trabajando para fidelizar la relación con nuestros proveedores, lograr un mayor acercamiento y desarrollar oportunidades conjuntas.

Este año trabajamos para incorporar nuevos rubros, sectores y localidades a la gestión del Departamento de Compras, cuyo objetivo es administrar el 90% del monto pagado por la compañía a los proveedores y mejorar la eficiencia en los procesos para optimizar tiempos y costos en la gestión.

En 2014 ampliamos 3 rubros e incorporamos 8 nuevas áreas, entre las que se encuentran: servicio de gestión de cobranzas, desarrollo de herramientas tec-

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-EC7	G4-LA15							

nológicas para negocios, desarrollo de herramientas para búsqueda y selección de candidatos, desarrollo de páginas webs, servicios de asesoramiento estratégico para marketing, servicios de mensajerías en el interior del país y catering y cotillón para eventos de clientes.

Por otro lado, ampliamos nuestra base de proveedores con 57 incorporaciones, de acuerdo a las contrataciones efectivas durante el año.

Indicadores de gestión global

Contamos con indicadores clave de desempeño mensuales para evaluar internamente la gestión del Departamento de Compras y seguir mejorando.

- +10% de incremento de ítems manejados por el Departamento de Compras
- 80% de proveedores firmaron la Carta de Aceptación adhiriendo a los principios de nuestro Código de Conducta

Selección y evaluación de proveedores

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-LA14	G4-LA15							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6								

La selección de los proveedores en ManpowerGroup se realiza en función de criterios que incluyen la calidad, la excelencia técnica, el precio, los cronogramas y las entregas, los servicios y el compromiso con prácticas empresariales socialmente responsables.

Evaluación en aspectos de sustentabilidad ¹⁸

45 proveedores firmaron el Código de Conducta en 2014

Dentro del proceso de alta de compras, ya sea por medio de la página web o por los canales tradicionales, todos los proveedores deben expresar su conformidad con el Código de Conducta, los Estándares de Negocio, la Política de Privacidad de Datos y el Convenio de Confidencialidad. Así, buscamos que nuestra cadena de valor esté alineada en la aplicación de nuestros principios y valores en la vida cotidiana de los negocios. Es importante señalar que la prevención de la corrupción es un tema que está incluido dentro de nuestro Código.

Plan de visitas

El programa de visitas a diferentes empresas forma parte del proceso de evaluación a proveedores, y tiene como objetivo profundizar nuestra relación con los mismos.

Las visitas son realizadas por los representantes de la Gerencia de Compras y nos permiten conocer en detalle el negocio de la empresa proveedora y el ámbito en donde opera. También verificamos balances contables, información impositiva, documentación sobre los empleados, las condiciones laborales y aspectos de salud y seguridad. Con los resultados obtenidos, se elabora un informe con oportunidades de mejora para acompañar al proveedor en su desarrollo.

En 2014 realizamos 41 visitas, representando el 20% de los proveedores gestionados por el Departamento de Compras.

Desarrollo de proveedores locales

Si bien en ManpowerGroup Argentina no tenemos una política formal 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 motor de desarrollo económico.

Secciones de la ISO 26000	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
Indicadores GRI	G4-EC7	G4-EC9							
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 6								

Nuestros proveedores están presentes en todo el país, principalmente en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, y la provincia de Buenos Aires. Estos son visitados con el fin de conocer sus instalaciones y alcance de sus prestaciones. En los casos donde el tamaño del proveedor es inferior a la demanda de nuestra compañía actuamos como soporte financiero a la organización, asegurándonos la provisión de los servicios contratados.

Cabe remarcar que, más allá de que **100% de nuestras compras de bienes y servicios se realizan a proveedores nacionales**, en 2014 el 25% de ellos han sido organizaciones locales.

Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor

Secciones de la ISO 26000	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	6.8	6.8.5	6.8.6	6.8.7	6.8.9	
Indicadores GRI	G4-26	G4-45	G4-46	G4-HR4	G4-HR5															
Principios del Pacto Mundial	Principio 1 al 5																			

Contamos con diversas herramientas de comunicación para difundir entre nuestros proveedores temas relacionados con la sustentabilidad para la gestión de sus propias empresas.

Vía correo electrónico, compartimos con los proveedores una campaña de comunicación acerca de nuestra iniciativa “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo” y los invitamos al evento anual donde reconocimos a nuestros “Socios en la Inclusión” 2014.

A su vez, continuamos trabajando en la mejora de las herramientas de contacto de los proveedores; continúa activo el canal de consulta para proveedores a través de la página www.cobranzas.com con un formato amigable, rápido y eficaz. Además, los proveedores tienen la posibilidad de darse de alta por medio de la página web.

Se relevaron las expectativas de los proveedores relacionadas con la gestión de nuestra empresa, y sobre el proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad.

Diálogo con nuestros proveedores

Con el objetivo de continuar construyendo una relación de confianza con nuestros proveedores, los convocamos a un encuentro de diálogo para relevar sus opiniones, sugerencias y expectativas sobre nuestra gestión, la relación que mantenemos con ellos y sobre el Reporte de Sustentabilidad 2013.

El diálogo, realizado en octubre en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, contó con la participación de 14 empresas proveedoras. El encuentro fue organizado según el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES, de la serie AA1000 de AccountAbility (Institute for Social and Ethical AccountAbility¹⁹, Reino Unido) y moderado por un tercero independiente.

Se relevaron las expectativas de los proveedores relacionadas con la gestión de nuestra empresa, y sobre el proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad.

Secciones de la ISO 26000	4.5	5.3	6.2
Indicadores GRI	G4-26	G4-27	G4-45

Expectativa	Respuesta
Sobre el Reporte de Sustentabilidad 2013	
Informar sobre la comparación interanual de los indicadores en la versión resumida.	Incluimos una comparación interanual de los indicadores más significativos en la versión resumida.
Incorporar testimonios de terceros en la versión resumida.	Evaluaremos la relevancia de incluir en la versión resumida los principales testimonios de la versión completa.
Incluir mayor cantidad de gráficos para sintetizar conceptos.	Trabajamos en infografías para presentar conceptos de manera más sistematizada y visualmente más atractiva.
Incluir datos comparativos con otros países del Grupo en materia de sustentabilidad.	Siendo que el alcance del Reporte es ManpowerGroup Argentina, debemos acotarnos a publicar información sobre nuestro país únicamente.
Evaluar modificar la letra y color del texto principal.	Trabajamos en el diseño del reporte para lograr un formato más amigable a la lectura, siempre dentro de los parámetros de lineamientos de la marca.
Utilizar papel certificado en las impresiones.	Evaluaremos este tipo de papel para verificar si es posible su utilización dentro de las necesidades de ManpowerGroup.
Sobre la gestión de ManpowerGroup con sus proveedores	
Continuar realizando diálogos con proveedores.	Está previsto continuar con la realización de diálogos con proveedores en el próximo período.
Digitalizar el proceso de alta de proveedores.	Contamos con una herramienta digital en donde los proveedores pueden darse de alta a través de la página web: www.manpowergroup.com.ar/webproveedores/ .
Desarrollar un portal/foro de proveedores.	Propiciamos los encuentros entre proveedores dentro del marco de los diálogos presenciales organizados anualmente.
Dar prioridad o reconocimiento a los proveedores que participan más activamente.	A los proveedores que participaron activamente en el encuentro de diálogo, les ofrecemos una capacitación en materia de sustentabilidad gratuita cuando ManpowerGroup Argentina la organiza con una consultora externa. Por otro lado, dependiendo del nivel de criticidad de la empresa o servicio que brinda, son tenidos en cuenta en el proceso de evaluación en aspectos sociales y ambientales.
Implementar campañas masivas con entidades para comunicar acciones que realizan y temáticas que tratan.	Dada la estrategia de comunicación a nivel corporativo, realizamos campañas con valor social, en algunos casos en alianza con organizaciones de la sociedad civil, enfocadas a los diferentes perfiles de nuestros grupos de interés; consiguiendo así un mayor impacto en la recepción de los mensajes.
Invitar a proveedores a las acciones de voluntariado de la compañía.	El Programa de voluntariado corporativo tiene exclusivo alcance para los empleados de la compañía. Dado el interés por la temática, la incluiremos en una edición del boletín con proveedores "Compromiso compartido con la cadena de valor".
Incorporar nuevos medios de pago.	Incorporamos el pago a través de transferencia para aquellos proveedores que no tengan en su localidad el banco con el que opera ManpowerGroup Argentina.
Profundizar la comunicación entre todos los interlocutores del pedido de compra a fin de involucrarlos de forma temprana para brindar soluciones de manera integral al cliente externo.	En aquellos casos que fuera posible, desde el Departamento de Compras propiciaremos la generación de un contacto entre los distintos interlocutores con el fin de lograr un mejor entendimiento de la necesidad y una respuesta apropiada.
Realizar campañas con entidades benéficas con donaciones de clientes.	Dado la naturaleza de nuestro negocio y la estrategia de sustentabilidad de la compañía, no realizamos donaciones involucrando a clientes. A través de nuestra iniciativa de negocios inclusivos: Construyendo Puentes, hacia un mundo laboral más inclusivo, invitamos a nuestros clientes a crear valor social compartido. ²⁰
Desarrollar una herramienta para evaluar el proyecto al finalizar, que permita medir problemas y aciertos.	Evaluamos el servicio de los proveedores de algunos rubros definidos respecto de la calidad y el tiempo de entrega a partir del contacto directo con el cliente interno.
Trabajar con los proveedores que no alcanzan los criterios de sustentabilidad, para ayudarlos a cumplir la meta, a través de motivación y concientización.	A partir de los resultados de la herramienta de evaluación de proveedores en temas de sustentabilidad, los diálogos y los boletines, buscamos concientizar al proveedor sobre la importancia de la sustentabilidad en el desarrollo de su negocio y motivar a éste a mejorar su desempeño en materia social y ambiental.
Incluir más herramientas de comunicación.	Contamos con diversas herramientas de comunicación para mantener un diálogo fluido con nuestros proveedores. Año a año buscamos mejorar estos canales e incluir más herramientas.
Acortar los tiempos de pago.	Buscamos alinear los flujos de fondos de la compañía para beneficio de todos los públicos involucrados. En esta línea, trabajamos para dar cumplimiento de los contratos acordados.
Intensificar las visitas a proveedores.	Está previsto para 2015 continuar con la implementación del programa de visitas a proveedores en sus instalaciones y espacios propios.

11

Medioambiente

MEDIOAMBIENTE EN CIFRAS	2012	2013	2014
Reciclado de papel (en kilos)	1.008	3.242 ⁽¹⁾	4.769
Compra de papel en resmas (en kilos) ⁽²⁾	17.141	17.020	14.000
Compra de papel resma por empleado (en kilos)	28	34	29,5
Compra de papel sanitario (en kilos)	3.700	2.910	4.223
Reciclado de tapitas de plástico (en kilos)	23	22	26
Reciclado de tóners (en cantidad)	64 ⁽³⁾	75	32
Compra de tóners (en cantidad)	478	262 ⁽⁴⁾	148
Porcentaje de tóners utilizados que son reciclados	13%	29%	22%
Reciclado de basura electrónica (en kilos)	3.200	1.899 ⁽⁵⁾	1.002,4

1. Incremento por motivo de una mudanza de dos departamentos de la compañía.

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

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

4. La reducción se debe al envejecimiento del equipamiento lo que permite aumentar la cantidad de tóners reciclados.

5. La reducción es motivo de la compra de nuevos equipos realizada en 2012.

Secciones

Resumen

Nuestro compromiso con el medioambiente	Gestionamos nuestros impactos ambientales, principalmente sobre el uso racional de la energía y la generación de residuos. Además concientizamos a nuestros empleados y medimos nuestra Huella de Carbono.
Uso racional de energía	Generamos iniciativas para lograr un consumo racional de la energía en nuestras oficinas y sucursales, en cuanto al uso de la luz, los aires acondicionados, los carteles luminosos y las computadoras.
Reciclado de papel y plástico	Participamos activamente en el programa de Reciclado de la Fundación Garrahan desde el año 2004. En 2014 recolectamos 4.769 kilos de papel y 26 kilos en tapitas de plástico.
Gestión de residuos	Reciclamos 32 tóners con una empresa externa, donamos el mobiliario en desuso y reciclamos 1.000 kilos de basura electrónica.
Concientización ambiental	Concientizamos a nuestros empleados sobre la importancia de la preservación del medio ambiente.

Emisiones indirectas de CO2



VIAJES EN AVIÓN

 Tramos h/452 km⁽¹⁾

 Tramos h/1600 km⁽¹⁾

 Tramos mayores de 1600km⁽¹⁾

2013	Consumo	3.006	143.179	770.653
	Emisiones de CO2	3,45	1.238,88	17.964,77
2014	Consumo	8.549	534.561	361.293
	Emisiones de CO2	55,54 ⁽²⁾	31.673.96 ⁽²⁾	3005,32



VIAJES EN AUTO



Nafta



Diesel

Energía eléctrica
(KWh)⁽³⁾Gas natural
(m3)⁽⁵⁾Agua
(m3)

2013	Consumo	2.679.229	492.243	1.059.159	16.397	1.635
	Emisiones de CO2	636,22	137,72	321,31	30,98	-
2014	Consumo	6.395.500	467.496	536.704	22.557	2.706
	Emisiones de CO2	151,86	130,80	162,82 ⁽⁴⁾	42,52	-

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

2. En 2014 se registró un incremento en los vuelos cortos debido a la designación del Director Nacional de Operaciones, quien reside en el interior y, a su vez, realiza viajes frecuentes a las diferentes sucursales para conocer el negocio local de forma presencial, sus áreas y las personas que trabajan en la compañía.

3. Emisiones de CO2 calculadas según "World Resources Institute (2009) GHG Protocol tool for stationary combustion. Version 4.1".

4. Se registró una disminución anual del 50,7% en este indicador.

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

Nuestro compromiso con el medioambiente

Trabajamos para gestionar nuestro negocio de manera responsable, cuidando el medioambiente. Así, generamos acciones y herramientas para medir nuestro consumo y utilizar eficientemente los recursos. A su vez, desarrollamos programas de reciclado y campañas de concientización internas y externas a través de las redes sociales.

Las acciones destacadas realizadas en 2014 fueron:

- Implementación de un sistema de facturación electrónica con el fin de reducir el consumo de papel y servicios electrónicos.
- Desarrollo de un nuevo software para mejorar la información recolectada sobre el monitoreo de nuestra huella de CO2.

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.5	6.5.5
Indicadores GRI	G4-14	G4-EN6	
Principios del Pacto Mundial	Principio 7 al 9		

Control de flota propia

Desde 2013, contamos con un software de gestión de flota automotriz cuyo objetivo es mejorar los indicadores ambientales que sufren incidencia directa del uso de autos corporativos. De este modo, sistematizamos la información obtenida de cada usuario y mejoramos las instancias de control y seguimiento de la información provista.

Uso racional de energía

Llevamos a cabo acciones para minimizar el consumo de energía en nuestras oficinas y sucursales, siendo éste uno de nuestros mayores impactos ambientales generados. En este sentido, este año continuamos con iniciativas específicas para minimizar el consumo y proteger el ambiente.

Entre ellas:

- 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.
- Los aires acondicionados son programados a una temperatura de 24°C.
- Cerramos las puertas de espacios no ocupados para conservar la refrigeración.

Secciones de la ISO 26000	6.5	6.5.4	
Indicadores GRI	G4-EN6	G4-EN19	
Principios del Pacto Mundial	Principio 8 y 9		

Reciclado de papel y plástico

Desde 2004, apoyamos a la Fundación Garrahan a través del programa de reciclado, cuyo fin 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.

Este año recolectamos 26 kilos de tapitas de plástico y 4.769 kilos de papel, que evitamos la tala de 79 árboles. Desde el inicio de nuestra participación en el programa, recolectamos un total de 550 kilos de tapitas y de 31.011 kilos de papel.

Secciones de la ISO 26000	6.2	6.5	6.5.5
Indicadores GRI	G4-15		
Principios del Pacto Mundial	Principio 7 al 9		

Gestión de residuos

En relación a la gestión de residuos, reciclamos 32 tóners que representan el 22% de los utilizados en el año y cumplimos con la reglamentación de la Secretaría de Medioambiente de la Nación sobre la recarga de los cartuchos con tintas originales.

Además, continuamos participando de la iniciativa "Todo sirve", de la Fundación Uniendo Caminos²¹ por la cual les donamos mobiliario y objetos en desuso. También apoyamos a "Casa de la Bondad"²² con diversas donaciones.

Junto a la Fundación Equidad, reciclamos equipos electrónicos que dejan de ser considerados útiles y se convierten en residuos electrónicos. En 2014 recolectamos 1.000 kilos.

Secciones de la ISO 26000	6.5	6.5.3
Indicadores GRI	G4-15	
Principios del Pacto Mundial	Principio 8	

Junto a la Fundación Equidad, reciclamos equipos electrónicos que dejan de ser considerados útiles y se convierten en residuos electrónicos. En 2014 recolectamos 1.000 kilos

Concientización ambiental

Alentamos a nuestros colaboradores a generar impactos ambientales positivos al desempeñar sus tareas en un marco de respeto por el medioambiente. Además, fomentamos actitudes y hábitos responsables en materia ambiental a nuestros grupos de interés, para que gestionen sus actividades solidariamente de cara al ecosistema en el que se desarrollan.

Buscamos ser un puente para difundir mensajes que promuevan un buen desempeño ambiental, a través de la generación de conciencia sobre cómo ser un agente de cambio con pequeños gestos que ayudan al cuidado del medioambiente.

Por otra parte, en conmemoración del Día Internacional del Medioambiente (5 de junio), desarrollamos una pieza de comunicación y difundimos un mensaje con recomendaciones sobre el cuidado del medioambiente a todos los colaboradores, alentándolos a descargar el material desde nuestra intranet y así difundir en sus oficinas, transmitiendo un mensaje positivo sobre el cuidado de los recursos.

Secciones de la ISO 26000	6.5	6.5.4	6.5.5
Principios del Pacto Mundial	Principio 7 al 9		



12

Cumplimiento de objetivos 2014 y desafíos 2015

Objetivos	Grado de cumplimiento	Acciones implementadas en 2014 para su cumplimiento
<p>■ Realizado ■ En proceso ■ No realizado □ Discontinuo</p>		
ESTRATEGIA Y GESTIÓN		
Fortalecer el trabajo mancomunado entre Manpower, ManpowerGroup Solutions, Experis y Right Management incrementando nuestra oferta de servicios, potenciando la sustentabilidad de nuestra familia de marcas.	■	Sobre la base del mapa estratégico de la compañía y a partir de un trabajo integrado entre las áreas comerciales y de capital humano, se avanzó en la implementación del plan de marketing y la metodología de desarrollo comercial, con revisión de la oferta de servicios, espacios de formación conjunto y esquema de incentivos con alcance a los equipo dedicados a todas las marcas.
CLIENTES		
Impulsar la simplificación aprovechando la tecnología asegurándonos que entregamos un servicio de óptima calidad a un precio adecuado, avanzando en el desarrollo de los proyectos corporativos relativos a instancias de centralización y estandarización que permitan eficientizar nuestros procesos de back office.	■	En 2014 se dio inicio a una instancia de centralización de procesos y funciones de soporte al negocio, buscando obtener mejoras en el nivel de servicio, control y productividad operativa. De esta manera comenzamos un camino de estandarización de nuestros procesos de back office, trabajando con una metodología que busca la simplicidad, eficiencia, calidad y productividad; automatizando los procesos de soporte que por su naturaleza se ejecutan en la red de oficinas. Sosteniendo una cultura de mejora continua en nuestra gente, buscamos focalizar a las sucursales en la gestión comercial y relacionamiento con clientes y en sus funciones de reclutamiento de potenciales asociados.
Acercar a nuestros clientes los resultados de las investigaciones globales y locales en materia de Escasez de Talento a través del desarrollo de encuentros de relacionamiento.	■	Enviamos toda la información referida a las principales investigaciones de ManpowerGroup a través distintas piezas de comunicación y en acciones de prensa. Participamos en cinco encuentros de relacionamiento con empresas en los que compartimos nuestras investigaciones.

Objetivos	Grado de cumplimiento	Acciones implementadas en 2014 para su cumplimiento
-----------	-----------------------	---

■ Realizado
 ■ En proceso
 ■ No realizado
 Discontinuo

CANDIDATOS Y ASOCIADOS

Mejorar la satisfacción de nuestros asociados con la calidad de nuestra atención basándonos en el resultado del indicador NPS (Net Promoter Score).

■ El NPS de satisfacción de nuestros asociados en el segundo semestre de 2014 fue de 36%, representando una mejora de 5 puntos porcentuales con respecto al NPS alcanzado en el primer semestre 2014 (31%). Sin embargo, el NPS obtenido en el segundo semestre del 2014 decayó 3 puntos porcentuales con relación al segundo semestre de 2013.

Ampliar y diversificar, a través de nuevas herramientas de gestión, el proceso de evaluación de candidatos.

■ En 2014 lanzamos las nuevas herramientas de evaluación: Entreviúme y Evaluatetest. Además, incorporamos nuevas herramientas de reclutamiento y evaluación online que nos permiten entrevistar a nuestros candidatos en forma remota y medir las aptitudes, conocimientos y competencias que poseen de manera más eficaz y en un entorno más amigable.

Incrementar el promedio nacional de la calificación de calidad de atención a los asociados a través de acciones de Mystery Shopping.

No se realizaron acciones de Mystery Shopping durante 2014. Actualmente está en revisión el programa de evaluación de calidad de servicio en sucursales siendo que las postulaciones tienden a ser online y no presenciales, recorrido que evaluaba esta auditoría anteriormente.

Optimizar el proceso de carga de los Curriculum Vitae (CV) y postulación de nuestros candidatos a través de nuestro sistema de reclutamiento SER.

■ Se realizaron mejoras en el sistema de carga y postulación de candidatos tendientes a simplificar los pasos en la carga de CV y la postulación a nuestras búsquedas activas. También se implementaron mejoras a en el diseño y estética del sitio.

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

■ Continuamos enfocados en los clientes de la industria petrolera, que son los que tienen mayor demanda.

Focalizar nuestras acciones de prevención en materia de Seguridad e Higiene, en aquellas empresas cliente que reporten mayores índices de siniestralidad.

■ Se realizaron acciones enfocadas a los clientes con mayor índice de siniestralidad, elevando la cantidad de visitas de relevamiento y capacitaciones.

EMPLEADOS

Avanzar en la implementación de nuestro modelo de gestión por competencias para brindar mayores posibilidades de desarrollo -vertical u horizontal- a nuestros colaboradores, con el fin de mejorar sus oportunidades y satisfacción, recibiendo guía y orientación adecuada de sus líderes.

■ Revisamos los gradientes de competencias por puestos y delinea- mos nuevas competencias para posiciones de liderazgo.

Para 2015 resta implementar el modelo de gestión por competencias para toda la compañía alineado a las estructuras y puestos con sus respectivas descripciones actualizadas en función del negocio.

Incorporar una nueva forma de premiación para el Programa de Reconocimiento Corporativo a partir de la implementación de un Sistema de Puntos que de opción a los colaboradores reconocidos a decidir a qué instancia aplicar, a partir de una plataforma de giftcards.

■ Se implementó el Programa de Reconocimiento Corporativo a través del Sistema de Puntos Etapa I, que consiste en la asignación de puntos/pesos en función de acontecimientos y logros personales y profesionales.

PROVEEDORES

Continuar implementando la Herramienta de Evaluación de Proveedores en temas de Sustentabilidad para la medición de la situación.

■ Por cambio de prioridades, no continuamos con la implementación de esta herramienta. Estimamos retomarla a partir del 2do semestre de 2015.

Ampliar el alcance del módulo de Compras a mayor cantidad de usuarios, obteniendo información más precisa y fidedigna, lo cual impactará sobre la gestión de control y pago de proveedores.

El uso del módulo fue interrumpido por inconvenientes técnicos del mismo.

Continuar desarrollando el programa de visitas a proveedores, con el fin de profundizar el relacionamiento con los mismos.

■ Continuamos desarrollando el programa de visitas a proveedores, realizando 41 visitas en 2014.

Objetivos	Grado de cumplimiento	Acciones implementadas en 2014 para su cumplimiento
-----------	-----------------------	---

■ Realizado
 ■ En proceso
 ■ No realizado
 Discontinuo

COMUNIDAD

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, ampliando nuestro compromiso público activo.

■ Organizamos la “Semana de concientización en HIV/SIDA”, donde los Promotores en Diversidad repartieron folletos instalando el tema y brindando información. Desarrollamos a un taller sobre “Cómo abordar temas sobre sexualidad con nuestros hijos”, dictado por la Fundación Huésped.

Revisar la oferta de formación, actividades y públicos alcanzados por nuestra Escuela de Formación Laboral en el marco de nuestras iniciativas de Inclusión, a la luz de la perspectiva de nuestros aliados y voluntarios.

■ Durante 2014 realizamos 46 talleres de formación laboral en los que han asistido 753 personas en total pertenecientes a los programas de inclusión con los que trabaja ManpowerGroup. Brindamos un taller especial para adultos mayores de 45 años para trabajar la temática de la Inteligencia Emocional en la búsqueda de empleo.

Desarrollar instancia de fortalecimiento organizacional para CIPPEC en materia de gestión de talento con el fin de contribuir desde nuestro conocimiento y expertise profesional a la sustentabilidad y liderazgo de la organización aliada.

■ Desde Right Management, contribuimos con CIPPEC realizando un proceso de consultoría de diagnóstico, identificando áreas de oportunidad en materia de capital humano y proponiendo acciones dirigidas a fortalecer el desarrollo del talento organizacional.

MEDIOAMBIENTE

Implementar un sistema de facturación electrónica para cuatro de las cinco empresas de ManpowerGroup, lo que permitirá reducir significativamente el consumo de papel y utilización de los servicios de envíos.

■ En 2014 implementamos un sistema de facturación electrónica con el fin de reducir el consumo de papel y servicios electrónicos.

Implementar un sistema de recibos de sueldo electrónicos con nuestros Asociados, lo cual permitirá reducir el consumo de papel.

■ Implementamos en 2014 un nuevo portal para nuestros empleados asociados, que permite gestionar de manera ágil y sin necesidad de concurrir a nuestras sucursales, la mayoría de los trámites propios de la gestión de capital humano, tales como consultas, solicitudes, inscripción en nuestra plataforma de capacitación online, acceso a beneficios corporativos y recibos de sueldos digitales.

Obtener información más confiable sobre nuestro impacto en la emisión de CO2 a partir del parque automotor de nuestra empresa dada la implementación de una herramienta que cuenta los kilómetros recorridos.

■ Contamos con un software de gestión de flota automotriz para mejorar los indicadores de incidencia directa del uso de autos corporativos. Así, sistematizamos la información obtenida de cada usuario y mejoramos las instancias de control y seguimiento de la información provista por cada uno.

GOBIERNO

Implementar los compromisos tomados en el programa Reconstruyendo Lazos, a partir de la firma del convenio con el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

■ En 2014 brindamos dentro de las instalaciones de Casa central, un espacio de práctica profesional para dos jóvenes de este programa. Planificamos continuar la experiencia en 2015.

Avanzar en la articulación de actividades junto a la Oficina de Asesoramiento de Violencia Laboral del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación en virtud de nuestra participación como miembro de la red de empresas comprometidas.

■ Durante 2014 se desarrollaron reuniones entre ambas partes para avanzar en la definición de un plan de trabajo para implementar en 2015.

Desafíos 2015

CLIENTES

- Fortalecer el posicionamiento de ManpowerGroup como una familia de marcas interconectadas entre sí, con potencialidad para ofrecer todo tipo de soluciones en materia de gestión de personas. Apuntamos a consolidar nuestro rol como socio confiable para las empresas.
- Compartir e invitar a celebrar a nuestros clientes el 50° aniversario de ManpowerGroup en Argentina, mostrando el modo en que la compañía ha sido protagonista en la evolución del talento a lo largo de sus cinco décadas en el país.

... y miramos hacia el futuro²³

CANDIDATOS Y ASOCIADOS

- Potenciar el uso de las redes sociales, en tanto canales de comunicación con nuestros asociados.
- Mejorar la satisfacción de nuestros asociados respecto de la calidad de atención en 5 puntos porcentuales en el segundo semestre del 2015 con respecto al segundo semestre de 2014.
- Difundir los beneficios que se obtienen por formar parte de la Comunidad ManpowerGroup, principalmente en capacitación y desarrollo.

EMPLEADOS

- Rediseñar e implementar una nueva estructura de Compensaciones y Beneficios para toda la compañía, priorizando la equidad interna y competitividad externa.
- Lanzar la Universidad Manpower como un espacio de capacitación formal para los colaboradores a nivel nacional.
- Implementar herramientas de autogestión de administración de Capital Humano para consultas relacionadas a liquidación de haberes, certificados, licencias, beneficios, etc. con el propósito de hacer más eficientes los procesos y canales de consulta de los empleados.

PROVEEDORES

- Lograr mayor alcance en la implementación de la Herramienta de evaluación de proveedores en temas de Sustentabilidad.
- Avanzar en términos de capacitación y asesoramiento con nuestros proveedores en la temática de VIH/SIDA.

COMUNIDAD

- Comenzar a trabajar conjuntamente con un nuevo socio en temáticas de género, específicamente en el marco del programa "La Mujer en la Empresa Contemporánea".
- Profundizar las acciones implementadas junto a Fundación Huésped (tanto con público interno como externos), en pos de contribuir a generar entornos laborales libres de discriminación por VIH-SIDA.

MEDIOAMBIENTE

- Ampliar la extensión del recibo de sueldo electrónico a todos los colaboradores, con el fin de reducir el uso de papel.

GOBIERNO

- Ampliar el alcance en la implementación del programa Reconstruyendo Lazos, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Generar instancias de sensibilización y capacitación junto a la Oficina de Asesoramiento en Violencia Laboral, dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Contribuir activamente en la difusión del Manual de Buenas Prácticas elaborado por el organismo, especialmente con nuestros colaboradores.
- Renovar el acuerdo sostenido con la Comisión para la Plena Participación e Inclusión de Personas con Discapacidad (COPIDIS) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el fin de promover la inserción laboral de personas con discapacidad.

13

Tabla de indicadores GRI y comunicación sobre el progreso 2014

Contenidos Básicos Generales

Contenidos Básicos Generales	Página/Respuesta	Principio del Pacto Global
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
Cláusulas ISO 26000: 4.7, 6.2, 7.4.2		
G4-1: Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	4	
G4-2: Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	4,5, 18-20, 26-28, 30-31, 32-33, 64, 74-77	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
Cláusulas ISO 26000: 6.3.10, 6.4.1-6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8		
G4-4: Marcas, productos y servicios más importantes.	10-13	
G4-5: Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	La sede principal de ManpowerGroup se encuentra en Wisconsin, Estados Unidos. La sede principal de ManpowerGroup Argentina se encuentra en Buenos Aires, Argentina.	
G4-6: Países en los que opera la organización.	10	
G4-7: Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	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.	
G4-8: Mercados servidos.	10-13, 52-53	
G4-9: Dimensiones de la organización.	10-11	

Contenidos Básicos Generales	Página/Respuesta	Principio del Pacto Global
G4-10: Desglose de empleados de la organización.	44-46 Datos por tipo de contrato, empleo y género: Part Time -Tiempo Indeterminado: 1 hombre y 10 mujeres. Part Time – Eventual: 1 hombre y 3 mujeres. Tiempo completo – Tiempo indeterminado: 267 hombres y 204 mujeres.	Principio 6
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	46	Principio 3
G4-12: Descripción de la cadena de suministro de la organización.	66, 68	
G4-13: Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	No se produjeron cambios significativos en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro. En cuanto a la localización geográfica de los proveedores, se desarrollaron proveedores locales según la necesidad del negocio.	
G4-14: Descripción de cómo la organización aborda, si procede, el principio de precaución.	18-20, 72	
G4-15: Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	7-9, 24, 32-35, 37-43, 58, 65-66, 72, 73	
G4-16: Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	24, 32-35, 39-43	

ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

Cláusulas ISO 26000: 5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4

G4-17: Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización y otros documentos equivalentes.	Todas las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de ManpowerGroup Argentina figuran en el Reporte de Sustentabilidad 2014.
G4-18: Proceso de definición del contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto.	7
G4-19: Listado de Aspectos materiales.	8-9
G4-20: Cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización.	8-9
G4-21: Cobertura de cada Aspecto material fuera de la organización.	8-9
G4-22: Descripción de las consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	No se produjeron cambios significativos en ManpowerGroup Argentina que puedan afectar la comparabilidad de información reportada.
G4-23: Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se produjeron cambios significativos en el alcance, cobertura y metodología en relación a los Reportes de Sustentabilidad anteriores.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Cláusulas ISO 26000: 5.3

G4-24: Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.	14-15
G4-25: Base para la elección de los grupos de interés con los que la organización trabaja.	14-15

G4-26: Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés. 7, 14-15, 30, 37-38, 47-48, 49-50, 54-55, 58-60, 68-69

G4-27: Cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. 7-9, 47-48, 54-55, 58-59, 68-69

PERFIL DE LA MEMORIA

Cláusulas ISO 26000: 7.5.3, 7.6.2

- G4-28:** Período objeto de la memoria. 7
- G4-29:** Fecha de la última memoria. El Reporte de Sustentabilidad anterior a ésta publicación corresponde a 2013.
- G4-30:** Ciclo de presentación de memorias. Realizamos el Reporte de Sustentabilidad anualmente.
- G4-31:** Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria. 90
- G4-32:** Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización, Índice GRI de la opción elegida y referencia al Informe de Verificación externa. 8-9, 78-89
- G4-33:** Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. El Reporte de Sustentabilidad 2014 de ManpowerGroup Argentina no cuenta con verificación externa.

GOBIERNO

Cláusulas ISO 26000: 6.2, 7.4.3, 7.7.5

- G4-34:** Estructura de gobierno de la organización y sus comités. 26-29
- G4-35:** Proceso de delegación del órgano superior de gobierno de su autoridad en temas económicos, ambientales y sociales en la alta dirección y determinados empleados. 27-29
- G4-36:** Designación de un cargo ejecutivo o no ejecutivo con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si la misma reporta directamente al órgano superior de gobierno. Contamos con una Dirección de Sustentabilidad y Asuntos Públicos, creada en 2012, que consolida nuestro trabajo en materia de sustentabilidad como una línea de acción estratégica. Su directora, María Amelia Videla, asumió el cargo luego de una larga trayectoria en la compañía, y tiene además el rol de responsable del Gabinete de Comunicaciones Integradas con foco en las relaciones con la prensa, la comunicación institucional y de producto, redes sociales y comunicación interna.
- G4-37:** Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno, en temas económicos, ambientales y sociales. 30
- G4-38:** Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités. 27-29, 50-51
Ninguno de los miembros del Comité de Dirección de ManpowerGroup Argentina pertenece a minorías. Los grupos de interés de la empresa están representados a través de los miembros del Comité quienes responden a sus expectativas y necesidades. No hay miembros externos a la empresa dentro de este órgano.
- G4-39:** Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. El Presidente del Directorio ocupa una posición ejecutiva en ManpowerGroup Argentina como Director General.

Contenidos Básicos Generales	Página/Respuesta	Principio del Pacto Global
G4-40: Procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, y criterio utilizado para la nominación y selección de los miembros del primero.	27-28	
G4-41: Procesos para prevenir y gestionar posibles conflictos de intereses en el órgano superior de gobierno.	23, 30-31, 62-63 Contemplado en nuestro código de conducta. Dentro del procedimiento de denuncias participa activamente el Comité de Dirección, quien es responsable de la resolución de los casos y asegura la transparencia en el proceso.	
G4-42: Rol del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	26-28	
G4-43: Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento del órgano superior de gobierno con relación a los temas económicos, ambientales y sociales.	26-28	
G4-44: Procesos de evaluación del desempeño de órgano superior de gobierno con respecto a la gobernanza de los temas económicos, ambientales y sociales.	30	
G4-45: Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	7, 26-28, 68-69 El Comité de Dirección de ManpowerGroup Argentina toma en cuenta las opiniones y consultas de los grupos de interés para identificar y gestionar los impactos, riesgos y oportunidades de la sustentabilidad.	
G4-46: Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos organizacionales de gestión del riesgo de temas económicos, ambientales y sociales.	26-28, 30-31	
G4-47: Frecuencia de supervisión del órgano superior de gobierno sobre los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	26-28	
G4-48: Máximo comité o cargo que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	26	
G4-49: Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	30	
G4-50: Naturaleza y número de preocupaciones importantes que fueron comunicadas al órgano superior de gobierno y mecanismos utilizados para su resolución.	30	
G4-51: Políticas remunerativas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	30 La política de beneficios del Comité de Dirección es similar para todos los directores de la compañía: en términos de licencias, movilidad y salud. Los miembros del Comité de Dirección con roles ejecutivos poseen planes de retiro a cargo de la organización.	
G4-52: Proceso para determinar la remuneración.	30 Para este proceso no se recurre a consultores externos.	
G4-54: Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	No reportamos esta información por cuestiones de confidencialidad debido al contexto de nuestro país, con el fin de cuidar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.	
G4-55: Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	No reportamos esta información por cuestiones de confidencialidad debido al contexto de nuestro país, con el fin de cuidar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.	

Contenidos Básicos Generales	Página/Respuesta	Principio del Pacto Global
------------------------------	------------------	----------------------------

ÉTICA E INTEGRIDAD

Cláusulas ISO 26000: 4.4, 6.6.3		
G4-56: Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	11-12, 23, 62-63	Principio 10
G4-57: Mecanismos internos y externos para el asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	62-63	Principio 10
G4-58: Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, y asuntos relacionados con la integridad organizacional.	62-63	Principio 10

Contenidos Básicos Específicos

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
---	------------------	-----------	--------------------	----------------------------

ECONOMÍA

DESEMPEÑO ECONÓMICO				
Enfoque de gestión	4, 7-11, 18-22		11-12, 23, 62-63	Principio 10
G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	10-11		6.8.1-6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	
G4-EC2: Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	No aplica.	Las actividades de ManpowerGroup 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.	6.5.5	Principio 7
G4-EC3: Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a su plan de prestaciones.	En 2014, se pagaron \$54.900.000 en contribuciones a la seguridad social, que incluye los aportes establecidos en la legislación vigente y están cubiertos por los recursos ordinarios de la compañía. Los Miembros del Directorio con roles ejecutivos poseen planes de retiro a cargo de la organización. A partir del 20/11/08 se unifica el Sistema Integrado de Jubilaciones Y Pensiones en un único régimen previsional público denominado Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA). Se elimina el Régimen de Capitalización, que es absorbido y sustituido por el Régimen de Reparto.		6.8.7	

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
G4-EC4: Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	ManpowerGroup Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.			
PRESENCIA EN EL MERCADO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44			
G4-EC5: Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	En 2014 las bandas salariales mínimas de escala inicial del personal convenionado y no convenionado se ubican un 229,85% sobre el salario mínimo vital y móvil de la Argentina vigente a diciembre de 2014. Este valor es igual para hombres y mujeres.		6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4, 6.8.1-6.8.2	Principio 6
G4-EC6: Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local, en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	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.		6.4.3, 6.8.1- 6.8.2, 6.8.5, 6.8.7	Principio 6
PRESENCIA EN EL MERCADO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-36, 65-68			
G4-EC7: Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	18-20, 32-35, 36-43, 65-68		6.3.9, 6.8.1- 6.8.2, 6.8.7, 6.8.9	
G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos, y alcance de los mismos.	36-43		6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8.1-6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9	
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 67, 68			
G4-EC9: Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	68		6.4.3, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7,	
MEDIOAMBIENTE				
ENERGÍA				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 72			
G4-EN3: Consumo energético interno.	71		6.5.4	Principio 7 y 8
G4-EN6: Reducción del consumo energético.	71, 72		6.5.4, 6.5.5	Principio 8 y 9

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
G4-EN7: Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	No aplica.	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.	6.5.4, 6.5.5	Principio 8 y 9

EMISIONES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 72			
G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	71		6.5.5	Principio 7 y 8
G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	71		6.5.5	Principio 7 y 8
G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	71		6.5.5	Principio 7 y 8
G4-EN19: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	71, 72		6.5.5	Principio 8 y 9
G4-EN20: Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	No aplica.	Si bien el consumo de sustancias destructoras de la capa de ozono no es significativo para ManpowerGroup, utilizamos gases para los sistemas de refrigeración no contaminantes para el medioambiente.	6.5.3, 6.5.5	Principio 7 y 8
G4-EN21: NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas.	No aplica.	Dada la naturaleza de las operaciones de ManpowerGroup Argentina, este indicador no aplica a la compañía.	6.5.3	Principio 7 y 8

DESEMPEÑO SOCIAL: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

EMPLEO

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44			
G4-LA1: Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	46		6.4.3	Principio 6
G4-LA2: Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	Principales beneficios para empleados permanentes en 2014: Beneficios educativos, plan integral de conciliación, día de cumpleaños, horario flexible, 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 (nacimientos, matrimonios y graduados).		6.4.4, 6.8.7	

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
G4-LA3: Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por género.	50		6.4.4	Principio 6
RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44			
G4-LA4: Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Las notificaciones sobre cambios organizativos son producidos conforme lo requiere cada puesto y las personas afectadas. Siempre se llevan adelante teniendo en cuentas los principios generales de las leyes laborales argentinas.		6.4.3, 6.4.5	Principio 3
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 51			
G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	No aplica.	En ManpowerGroup contamos con un responsable de Higiene y Seguridad, 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 sentido, actualmente no consideramos prioritario la conformación de un Comité de Salud y Seguridad.	6.4.6	
G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	51, 61		6.4.6, 6.8.8	
G4-LA7: Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	No aplica.	ManpowerGroup Argentina no realiza actividades que tengan riesgo de contraer enfermedades. Igualmente contamos con un Nuestro Plan Integral de Conciliación para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores.	6.4.6, 6.8.8	
G4-LA8: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	No aplica.	Si bien no contamos con acuerdos formales con sindicatos en materia de salud y seguridad, trabajamos para garantizar las mejores condiciones para todos nuestros empleados, sin distinción al sector que pertenezca.	6.4.6	
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44, 48-50			
G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	49		6.4.7	Principio 6

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
---	------------------	-----------	--------------------	----------------------------

G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	48-50		6.4.7, 6.8.5	
G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	49		6.4.7	Principio 6

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44, 50-51			
G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	44-46		6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	Principio 6

IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 44			
G4-LA13: Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de significativas de actividad.	No existen diferencias entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.		6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4	Principio 6

EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 66-67			
G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	67		6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1	
G4-LA15: Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	67 No se han detectado impactos negativos significativos, reales y potenciales en los proveedores evaluados durante 2014.		6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1	

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
G4-LA16: Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante 2014 recibimos 1.529 reclamos de índole laboral. Además, abonamos en concepto de multas por incumplimientos a normativas de índole laboral, la suma de \$193.244,73.		6.3.6	

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS				
NO DISCRIMINACIÓN				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-33, 44, 50-51			
G4-HR3: Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No hubo incidentes de discriminación.		6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	Principio 6
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-33, 44, 59-60			
G4-HR4: Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	59-60, 69 No se produjeron actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos, puedan correr importantes riesgos. Los rubros donde hay proveedores que pueden verse afectados por estos temas, son limpieza, mensajería y salud. En estos casos, siempre se tiene en cuenta las homologaciones de los acuerdos colectivos que afectan al personal y nos informan los mismos proveedores. Además, verificamos internamente, a través del Departamento de Personal Asociado, si estos acuerdos ya están homologados y son aplicables y si es así, los consideramos al momento de la negociación y acuerdo de valores o ajustes de los mismos.		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.5, 6.6.6	Principio 3
TRABAJO INFANTIL				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-33			
G4-HR5: Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	18-22, 24, 32-35, 69		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4	Principio 5
TRABAJO FORZOSO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-33			
G4-HR6: Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	No se realizaron operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.10, 6.6.6	Principio 4

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
---	------------------	-----------	--------------------	----------------------------

MEDIDAS DE SEGURIDAD

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 32-33			
G4-HR7: Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	No aplica.	ManpowerGroup Argentina no cuenta con personal de seguridad ni terceriza este servicio en las oficinas centrales ni en sus sucursales.	6.3.4, 6.3.5, 6.6.6	Principio 1

DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

COMUNIDADES LOCALES

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 36			
G4-SO1: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	21-22, 36-43		6.3.9, 6.5.1-6.5.2, 6.5.3, 6.8	Principio 1
G4-SO2: Centros de operaciones con efectos negativos significativos, potenciales o reales, sobre las comunidades locales.	Por la naturaleza del negocio de ManpowerGroup Argentina, no se generan impactos negativos sobre las comunidades locales.		6.3.9, 6.5.3, 6.8	Principio 1

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 62			
G4-SO3: Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	62-63		6.6.1-6.6.2, 6.6.3	Principio 10
G4-SO4: Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	64, 66 El 100% de nuestros modelos de contratos con clientes tiene cláusulas relacionadas con temas de anti-corrupción. En los casos de relaciones comerciales con contratos bajo el modelo del cliente o aceptados bajo un pliego de licitación donde no tenemos indecencia, buscamos comunicar nuestro compromiso con la lucha contra la corrupción a través de la entrega de nuestro Reporte de Sostenibilidad y documentos afines.		6.6.1-6.6.2, 6.6.3, 6.6.6	Principio 10
G4-SO5: Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	ManpowerGroup Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.		6.6.1-6.6.2, 6.6.3	Principio 10

PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL

Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
--------------------	----------------	--	--	--

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/Respuesta	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Principio del Pacto Global
G4-SO7: Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	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. En 2014 no hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos. En 2014 no hemos tenido antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.		6.6.1-6.6.2, 6.6.5, 6.6.7	Principio 10
CUMPLIMIENTO REGULATORIO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
G4-SO8: Valor monetario de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Abonamos en concepto de multas por incumplimientos a normativas de índole laboral, la suma de \$193.244,73.		4.6	
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS				
COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
G4-PR6: Venta de productos prohibidos o en litigio.	No aplica.	Dada la naturaleza de las operaciones de ManpowerGroup Argentina, este indicador no aplica a la compañía.		
G4-PR7: Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	Ninguno.		4.6, 6.7.1- 6.7.2, 6.7.3	
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
G4-PR8: Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	ManpowerGroup Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.		6.7.1-6.7.2, 6.7.7	
CUMPLIMIENTO REGULATORIO				
Enfoque de gestión	7-9, 18-22, 64			
G4-PR9: Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	ManpowerGroup Argentina no tuvo antecedentes respecto a este tipo de reclamos o incumplimientos.		4.6, 6.7.1- 6.7.2, 6.7.6	

NOTAS:

1. www.globalreporting.org
2. www.iso.org
3. www.accountability.org
4. www.pactglobal.org.ar
5. Para conocer en detalle los resultados del Análisis de Materialidad, puede consultar la página 9 del Reporte de Sustentabilidad 2013.
6. Resultado del promedio entre la valoración de la Compañía y los grupos de interés.
7. "Talentismo" hace referencia al talento como nuevo paradigma en reemplazo del capital como diferenciador clave: importa menos que los países y empresas puedan acceder al capital que necesitan y es más valioso atraer al talento, incluso cuando éste se ha convertido en un recurso escaso en el mundo económico. El potencial humano será el mayor agente de crecimiento económico y la habilidad de liberar ese potencial será la clave para ganar en el mundo del trabajo.
8. Para mayor información ver página 36 de este Reporte.
9. Proceso que contribuye a la recolocación laboral de personas que han sido desvinculadas de sus empresas, haciendo más llevadera y menos traumática su nueva y forzada situación profesional.
10. ManpowerGroup Argentina considera "temas relevantes" para tratar en el marco del Comité de Dirección: el respeto de los derechos humanos; las acciones para fomentar la inserción laboral de personas en desventaja, aspectos relacionados con la reputación, la ética y la transparencia; los temas identificados como relevantes en el análisis de materialidad, el cumplimiento de la Misión, Visión y Credo; o cualquier actividad que pueda poner en riesgo la sustentabilidad del negocio.
11. Para más información ver página 14 de este Reporte.
12. Para más información sobre la gestión de riesgos ver el capítulo de "Prácticas de negocio responsable".
13. Para más información ver sección "Plan Integral de Conciliación de la vida laboral y familiar" en las páginas 50 de este Reporte.
14. Algunos ejemplos son: el lanzamiento de Google+, la implementación de un nuevo sistema de reclutamiento, la optimización de procesos administrativos con el paso de tareas desde sucursales hacia áreas centralizadas y la implementación de una metodología comercial unificada.
15. Estos dos últimos datos no se encuentran disponibles para el segundo semestre de 2014.
16. Para mayor información ver página 21 de este Reporte.
17. Para más información ver página 40 de este Reporte.
18. Por un cambio en la estrategia de la Gerencia de Compras, este año no implementamos la herramienta de evaluación de proveedores, que será retomada en 2015.
19. www.accountability.org/aa1000ses
20. Para más información sobre la iniciativa "Construyendo Puentes, hacia un mundo laboral más inclusivo" ver página 21 de este Reporte.
21. www.uniendocaminos.org.ar
22. www.manosabiertas.org.ar
23. Los objetivos presentados en este Reporte fueron planteados por Directores y Gerentes de ManpowerGroup Argentina.

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 y nos cuentes tus sugerencias y expectativas sobre este documento; y a que visites nuestro sitio de Internet 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

Facilitadores Externos

ReporteSocial / www.reportesocial.com

Diseño

Fluotype / www.fluotype.com.ar



ManpowerGroup™

    /manpowergroupAR

Maipú 942 - Piso 23°

C10064ACN Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel.: 54 11 5550 6698

www.manpowergroup.com.ar