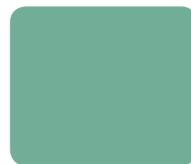
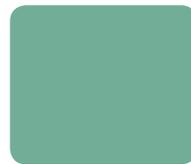


REPORTE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2006



Manpower®

Índice

.5	/01 Introducción
.6	Carta del Gerente General
.7	Carta de la Gerente de RSC
.8	Criterio de elaboración del Reporte <ul style="list-style-type: none">• Alcance del Reporte• Definición de contenidos: Materialidad
.9	/02 Perfil de la Empresa
.10	Manpower Argentina Principales magnitudes
.11	A qué nos dedicamos
.12	Cómo definimos nuestra marca
.13	<ul style="list-style-type: none">• Lanzamiento de la nueva marca Manpower
.14	Organigrama de la empresa
.15	Gobierno Corporativo <ul style="list-style-type: none">• Estructura del gobierno• Código de Conducta
.16	<ul style="list-style-type: none">• Conflicto de intereses• Protección de datos
.17	/03 Destacados 2006
.21	/04 La Responsabilidad Social Corporativa para Manpower
.22	Nuestra Misión en Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
.23	Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa
.25	Estructura de Responsabilidad Social Corporativa
.26	Proceso de Elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Corporativa 2006
.27	Iniciativas y alianzas con organizaciones <ul style="list-style-type: none">• Pacto Global de Naciones Unidas
.28	<ul style="list-style-type: none">• Aliados en Educación• Aliados en Trabajo• Principios Éticos de Atenas
.29	<ul style="list-style-type: none">• Miembros de otras Instituciones Difusión de la Responsabilidad Social Corporativa
.30	Reconocimientos RSC 2006
.31	/05 Grupos de Interés
.32	Identificando a nuestros Grupos de Interés
.34	Clientes y asociados
.35	<ul style="list-style-type: none">• Diversidad en el mercado laboral
.36	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad en el trabajo para nuestros clientes y asociados• Capacitación para asociados
.37	<ul style="list-style-type: none">• Programa de control de calidad• Comunicación con nuestros clientes

- .38 Empleados
 - Nuestra Visión, Misión y Valores en Recursos Humanos
 - Diversidad e Inclusión
- .39
 - Programa de Voluntariado “Entrelazados”
- .40
 - Capacitación, Formación y Aprendizaje Permanente
- .41
 - Programas de RR.HH orientados al desarrollo y a la integración de nuestros empleados
 - Reconocimiento a los logros de los empleados
 - Beneficios para los empleados y sus familias
- .42
 - Protagonismo de nuestros empleados en Manpower Argentina
 - Comunicación interna
- .43 Proveedores
 - Selección y comunicación con proveedores
- .44 Comunidad
 - Programa “Juntos por los jóvenes”
- .45
 - Programa “Aliados en Educación y Trabajo”
- .46
 - Programa “Oportunidades para todos”
 - Programa “Huella Solidaria”
- .47
 - Prevención del Trabajo Infantil
- Medioambiente
 - Reciclado de papel
 - Uso racional de la energía

.49 /06 Desafíos

.53 /07 Tabla de Contenidos e Indicadores GRI

.61 /08 Pacto Global de Naciones Unidas - COP

.63 /09 Lo Escuchamos

/01

Introducción



Manpower®



1.1 Carta del Gerente General



Tengo el honor de presentarles como Gerente General de Manpower Argentina, nuestro Reporte de Responsabilidad Social Corporativa, documento que publicamos por primera vez para dar a conocer no sólo el desempeño económico, social y ambiental de nuestra empresa en el año 2006, sino también y -como uno de los ejes más importantes de esta publicación-, nuestro compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés y la forma en que nos relacionamos con ellos.

Del año 2006 podemos decir en líneas generales, que ha sido otro año en el que alcanzamos un gran crecimiento, superando nuestro desempeño financiero y operativo. Pero es con el crecimiento no-financiero con el que más esperamos crecer en los años futuros.

Como empresa número uno en servicios de Recursos Humanos, nos sentimos orgullosos de haber asignado en el año 2006, un puesto de trabajo a 57.200 personas, nuestra mayor cifra de los últimos 10 años. De todas las estadísticas de las que llevamos cómputo, tal vez ésta sea la más propicia para apreciar y dimensionar el factor social, humano y ético que está implícito en nuestro negocio.

Es por eso que, por definición, conectar a las personas con el trabajo, es la forma en que vivimos la Responsabilidad Social Corporativa como parte de nuestro negocio. Y dando un paso más adelante, es que decidimos comenzar este camino de "reportar" e informar de manera adecuada y transparente nuestras acciones, compromisos y desempeño, a todos aquellos que están vinculados de alguna manera a nuestra actividad.

El 2006 fue un año de mucho trabajo, desafíos y progresos. El lanzamiento de la nueva marca definió un punto fundamental en nuestra historia. Desde entonces hemos comenzado a vivir gradualmente los seis "atributos" que definen la forma en que queremos que el mundo nos vea: visionarios, innovadores, expertos, atractivos, incluyentes y confiables.

Por otra parte, seguimos comprometidos con los valores que guían nuestras decisiones y actitudes como personas y como organización: gente, conocimiento e innovación. Nuestra mayor fuerza radica justamente en nuestro conocimiento e involucramiento a nivel profesional y personal con la gente y los asuntos que hacen a su día a día.

En Manpower todos nuestros empleados tienen a través de su trabajo diario, la posibilidad de provocar cambios positivos en la vida de otras personas. Porque brindamos oportunidades de crecimiento y desarrollo, ayudando a que nuestros candidatos obtengan su primer empleo, a que realicen exitosas transiciones en sus carreras, a que se capaciten y adquieran nuevas habilidades. Asimismo, participamos activamente en sus vidas a través de nuestro compromiso con las acciones de Responsabilidad Social Corporativa, no sólo como compañía sino también como individuos a través del programa de Voluntariado Corporativo. Con orgullo podemos decir que desde 2004 hasta fines de 2006, 200 personas con discapacidad han obtenido un empleo a través de Manpower en más de 30 empresas. Un logro impensado hasta hace unos años.

En nuestro compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa, continuamos con el impulso del cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, al que nos adherimos desde sus inicios en Argentina, en el año 2004, y en el que estamos participando activamente desde entonces como miembros de la mesa Directiva.

Agradezco entonces a toda nuestra gente su incondicional esfuerzo en su trabajo cotidiano y su compromiso en desarrollar el proceso necesario para elaborar este primer Reporte de Responsabilidad Social Corporativa. Y a todos nuestros grupos de interés, les agradezco sinceramente por su presencia en cada paso de nuestro crecimiento.

Hemos tenido innumerables logros en 2006. Nuestro compromiso y desafío es mantener el impulso hacia 2007 e ir generando avances y mejoras en todo lo que hacemos.

Mis más sinceros saludos a todos,

Alfredo Fagalde
Gerente General

1.2 Carta de la Gerente de RSC



El enfoque de la Responsabilidad Social Corporativa de Manpower está basado en nuestros valores mundiales, que definen nuestra manera de hacer negocios. Estamos comprometidos con: respetar a la gente, los clientes y la comunidad, y el papel que juega el trabajo en sus vidas; compartir nuestro conocimiento y experiencia para establecer prácticas de empleo sustentables en todo el mundo; y buscar la excelencia por medio de la innovación, para crear ambientes laborales que incluyan a todos los sectores de la sociedad en el largo plazo.

Nos esforzamos por ser socialmente responsables en todos los aspectos de nuestro negocio, pero orientamos nuestros recursos principalmente a las áreas en las que entendemos que surten mayor efecto y donde más estrechamente vinculamos nuestro accionar responsable con nuestro trabajo: **ser un puente al empleo para muchas personas.**

Luego de años de trabajo para generar una sólida base de Responsabilidad Social Corporativa, habiendo creado ya en el año 2004 la Gerencia de RSC, decidimos este año y por primera vez, trabajar en un proceso sistematizado para elaborar nuestro primer Reporte de Responsabilidad Social Corporativa e informar detalladamente, la forma en que entendemos y llevamos a la práctica nuestro compromiso con los grupos de interés.

Para ello, comprometimos la participación de todo nuestro nivel directivo y gerencial, comenzando desde nuestro Gerente General hasta cada uno de nuestros gerentes regionales en todo el interior del país. Obtuvimos el apoyo de nuestra gente en todas las áreas de la compañía, que participaron en el relevamiento de información tanto cualitativa como cuantitativa.

Con este Reporte de Responsabilidad Social Corporativa, esperamos reflejar la forma en la que entendemos y vivimos con orgullo y responsabilidad nuestro trabajo. Aquí damos a conocer nuestra estrategia de RSC y nuestros compromisos a futuro con la sociedad.

Como un desafío y buscando la mejor calidad en la información, decidimos comenzar este proceso de reporte, trabajando con la nueva Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global, lanzada en octubre de 2006, lineamientos internacionalmente reconocidos para la elaboración de estos reportes de sustentabilidad.

Este Reporte de Responsabilidad Social Corporativa es para nosotros, un primer paso en la práctica de informar en detalle nuevos avances y desafíos en nuestro desempeño económico, social y ambiental, pero es un paso más en el compromiso que hemos asumido hace tiempo de realizar nuestro negocio con la mayor responsabilidad hacia nuestros grupos de interés.

Con la certeza de que tenemos mucho para mejorar y la voluntad de hacerlo, esperamos que encuentren en estas páginas información clara y relevante que contribuya a afianzar el diálogo y el trabajo con cada uno de Uds.

Muy cordialmente,

María Amelia Videla
Gerente de Responsabilidad Social Corporativa

1.3 Criterio de elaboración del Reporte

1.3.1 Alcance del Reporte

En nuestro primer Reporte de Responsabilidad Social Corporativa brindamos a nuestros grupos de interés, información relevante sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental del año 2006 y a efectos comparativos, los resultados del año 2005. Esta información incluye resultados de nuestras actividades en todo el territorio de la República Argentina: de nuestra casa central en Buenos Aires y de todas nuestras sucursales en el interior del país.

Hemos basado su elaboración en la Guía G3 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad propuesta por la Iniciativa de Reporte Global (GRI), adaptándola en la medida de lo posible a la realidad local y a los servicios que ofrece Manpower Argentina.

A través de los indicadores sugeridos por GRI para presentar la Comunicación para el Progreso (COP), comunicamos en este Reporte nuestro compromiso y cumplimiento con los 10 principios propuestos por el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Otras publicaciones disponibles en nuestra página Web corporativa (www.mapower.com.ar) son las "Encuestas de Expectativas de Empleo" que realizamos trimestralmente.

1.3.2 Definición de contenidos: Materialidad

Este Reporte incluye aquellos temas que nos han resultado relevantes para informar a nuestros grupos de interés de acuerdo a nuestro compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Siguiendo los lineamientos de la Guía G3 de GRI y la serie AA1000 (AccountAbility) realizamos una primera aproximación al Estudio de Materialidad buscando informar los aspectos significativos de la gestión de RSC en la empresa.

Este año nos concentramos en la primera etapa de este Estudio para identificar algunos de los temas relevantes para nuestros grupos de interés considerando **Factores Internos** y **Externos** de la empresa, para luego ir profundizando este análisis de materialidad en nuestros próximos Reportes de RSC.

Factores Internos

- Concepto, Visión, Estrategia y Valores de Manpower
- Atributos de la Marca Manpower
- Código de Conducta
- Los 4 pilares de RSC de Manpower
- Políticas en temas de Derechos Humanos, Diversidad, Trabajo y Medioambiente
- Compromiso del Comité de Reporte RSC
- Reuniones individuales con el Grupo Operativo de RSC
- Funciones de la Gerencia de RSC
- Proceso de Elaboración del Reporte RSC

Factores Externos

- Indicadores GRI
- Pacto Global de Naciones Unidas
- Objetivos del Milenio de Naciones Unidas
- Declaración de la Organización Internacional del Trabajo contra el Trabajo Infantil
- Principios Éticos de Atenas

/02

Perfil de la Empresa

Sucursal Manpower Professional IT



2.1 Manpower Argentina

Con su sede central en Milwaukee, Wiscconsin, Estados Unidos, Manpower es líder en la industria de servicios de empleo. A nivel mundial, tiene una red de 4.400 oficinas en 73 países que trabajan para 400.000 empresas-cliente.

Su principal objetivo es ayudar a sus clientes a beneficiarse y anticiparse a los cambios del mundo del trabajo contemporáneo, permitiendo a las empresas concentrarse en las actividades estratégicas de su negocio.

Manpower está presente en Argentina desde 1965 y cuenta con 68 sucursales en todo el país. Es uno de los 10 empleadores más

grandes del país y líder en servicios de personal eventual. Con una importante participación en el mercado laboral, dio empleo a 57.200 personas durante 2006 en 1800 empresas-cliente.

Manpower, sin estar constituida como empresa en la Argentina, opera en nuestro país mediante las siguientes cuatro sociedades:

- COTEC SUD COMPAÑÍA TÉCNICA SUDAMERICANA S.A.S.E.¹
- Benefits S.A.
- Ruralpower S.A.
- Right Management Argentina S.A.²

2.2 Principales magnitudes

Manpower Argentina en cifras

	2005	2006
Representación Geográfica		
Número de Sucursales	55	68
Presencia en provincias argentinas	22	22
Financiero (en pesos)		
Resultado Neto	10.173.684	11.452.145
Capital Social	13.849.000	13.849.000
Clientes		
Número de Clientes	1.500	1.800
Ventas	297.176.705	431.109.131
Gastos Publicidad (en pesos)	527.676	1.249.387
Empleados		
Número de Empleados	427	555
Sueldos (en pesos)	11.104.351	17.195.181
Cargas Sociales (en pesos)	4.415.107	6.584.519
Beneficios Empleados (en pesos)	976.324	1.633.669
Proveedores		
Número de Proveedores	1.509	1.825
Pago a Proveedores (en pesos)	47.490.486,79	69.526.824,39
Impuestos pagados en Argentina		
Total Impuestos	59.881.872,80	89.315.458,28
Impuestos a las Ganancias	5.805.582	6.410.976
Ingresos Brutos	7.325.940,37	10.556.135,47
Imp. a las Transacciones Financieras	2.803.943,81	4.235.093,79

¹ COTEC SUD COMPAÑÍA TÉCNICA SUDAMERICANA S.A.S.E. es una empresa de servicios eventuales habilitada por el Ministerio de Trabajo bajo el nro. 1001.

² Right Management Argentina S.A se incorporó a Manpower Argentina en Octubre de 2006.

2.3 A qué nos dedicamos



Gente.

Encontramos los mejores candidatos para todo tipo de trabajo y área de la industria. Desde altos ejecutivos a personal administrativo y operarios especializados. En posiciones permanentes, temporarias o por proyecto.



Capacitación.

Ofrecemos una amplia gama de procesos de capacitación y desarrollo, con cursos presenciales y con nuestro sistema de entrenamiento on-line, Training and Development Center (Centro de Capacitación y Desarrollo).



Servicios.

Tenemos una variada oferta de servicios para reducir los tiempos y costos de la contratación de personal de nuestros clientes; reclutamiento, prescreening (Prefiltro), entrevistas y testing (Evaluaciones).



Outsourcing (Tercerización).

Asesoramos, desarrollamos y conducimos proyectos de descentralización productiva, posibilitando a través de un trabajo de consultoría inicial, agregado de valor a distintos sectores de la organización. Según las necesidades detectadas aportamos infraestructura, logística, personal y supervisión para lograr resultados basados en indicadores de eficiencia.



Consultoría.

Consultoría de recursos humanos, planeamiento estratégico, diagnóstico, diseños de organización, información de gestión, evaluación de competencias, desarrollo y transición de carrera, outplacement (servicio de transición de carrera), benchmarking (análisis e imitación de las mejores prácticas) y administración de cambios culturales.



Manpower®

Operamos a través de tres marcas:

- **Manpower:** ofrece servicios para el ciclo completo de negocio y empleo, incluyendo reclutamiento y selección, contratación temporal y de planta, evaluación de empleados, capacitación, outplacement (servicio de transición de carrera), outsourcing (tercerización) y consultoría, tanto para contrataciones permanentes, eventuales y por proyecto.



Manpower®
Professional

- **Manpower Professional:** Manpower Professional ofrece servicios de reclutamiento. Estos servicios integrales están avalados por reconocidos métodos de capacitación, evaluación, selección y subcontratación de empleados. Nuestros amplios recursos, cartera de clientes de categoría mundial y reputación se conjugan para atraer a un grupo diverso de candidatos talentosos, con distintos niveles de educación, aptitudes y experiencia, que son contratados ya sea por un día o de manera directa y permanente o eventual. Manpower Professional ayuda a las empresas en la búsqueda y retención de los mejores empleados de informática, comercio electrónico, contabilidad, finanzas, ingeniería, y ciencia clínica y de laboratorio, entre otras profesiones.



- **Right Management:** Ofrece servicios de consultoría organizacional, activando procesos y herramientas de Recursos Humanos que contribuyan a alcanzar exitosamente los objetivos de negocio, maximizando así el retorno en la inversión que la compañía realiza en su capital humano. También desarrolla los procesos de Outplacement y recolocación en el mercado, proporcionando asesoramiento y asistencia individual a ejecutivos y profesionales de diferentes perfiles.

2.4 Cómo definimos nuestra marca

Concepto

Trabajo Contemporáneo.

Ayudamos a las personas y empresas a tomar las decisiones correctas para que puedan aprovechar las condiciones actuales y comprender lo que viene en el cambiante mundo laboral.

Visión

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

Estrategia

Ingresos.

Para generar más ingresos debemos comprender estratégicamente las necesidades y metas de nuestros clientes, elevar y expandir nuestras relaciones de mutuo beneficio y evaluar nuestra contribución a las actividades comerciales de nuestros clientes.

Eficiencia.

Para mejorar nuestra eficiencia debemos lograr mayor velocidad y calidad, y usar eficazmente los recursos en todas nuestras operaciones.

Innovación.

Para ser fieles a nuestro compromiso con la innovación, debemos buscar ideas creativas en los mercados locales y replicarlas en el mundo entero. Nuestra tarea consiste en desarrollar y expandir nuestras capacidades mientras creamos servicios dirigidos al presente y futuro.

Liderazgo.

Para conservar nuestro liderazgo debemos anticipar continuamente las dinámicas futuras del mercado y contribuir a diseñar sistemas sociales y laborales a nivel mundial.

Organización y cultura.

Para que nuestra organización y cultura evolucionen, debemos atraer y retener a largo plazo a personas valiosas.

También requiere crear un entorno que promueva la capacidad emprendedora, recompense el alto rendimiento y nos motive a desarrollar todo nuestro potencial.

Valores

Gente

- Nos importa la gente y el papel del trabajo en su vida. Respetamos a las personas como individuos, confiamos en ellas y las apoyamos para que puedan alcanzar sus objetivos tanto en el trabajo como en la vida.
- Ayudamos a que las personas desarrollen sus carreras mediante planificación, trabajo, orientación y capacitación.
- Reconocemos el aporte que todos realizan para que logremos el éxito: nuestro personal, clientes candidatos y empleados temporales. Promovemos y recompensamos los logros.

Conocimiento

- Compartimos nuestros conocimientos, experiencia, y recursos, para que todos puedan comprender el presente y el futuro del mundo laboral, y sepan cuál es el mejor modo de enfrentarlo.
- Escuchamos activamente y aprovechamos dicha información para mejorar nuestras relaciones, soluciones y servicios.
- Basados en nuestro conocimiento del mundo laboral, fomentamos activamente el desarrollo y la adopción de las mejores prácticas en el mundo entero.

Innovación

- Estamos a la vanguardia del mundo laboral. Nos atrevemos a innovar, a ser pioneros y a evolucionar.
- Nunca aceptamos el status quo. Constantemente desafiamos la norma para descubrir nuevas y mejores maneras de hacer las cosas.
- Disfrutamos de nuestro espíritu emprendedor y nuestra velocidad de respuesta; asumimos riesgos, sabiendo que no siempre tendremos éxito, pero nunca arriesgamos a nuestros clientes.



Atributos de la Marca Manpower

Incluyentes.

Somos para todos. Trabajamos como un solo equipo. Trabajamos con hombres y mujeres de todas las edades, nacionalidades, culturas y habilidades. Trabajamos con todas las empresas y organizaciones, ya sean grandes o pequeñas, locales, nacionales o internacionales. Con todos. En todas partes.

Innovadores.

Vemos las cosas desde un punto de vista diferente, desafiando la norma y encontrando soluciones creativas e inesperadas. Gracias a nuestras ideas innovadoras descubrimos nuevas y mejores formas de hacer las cosas. Al ofrecer mayor cantidad de opciones diferentes, incentivamos a las personas a pensar de manera diferente sobre el trabajo y las elecciones que realizan.

Expertos.

Al trabajar todos los días con clientes y candidatos en el mundo entero, sabemos cómo está cambiando el mundo laboral. Tenemos el conocimiento y somos precisos, claros y concisos. Gracias a nuestra experiencia, podemos ayudar a que las personas comprendan y aprovechen las oportunidades que surgen en el mundo laboral.

Visionarios.

Miramos hacia el futuro. Anticipamos los cambios y nos preparamos para ellos. Ya que promovemos muchos de estos cambios nosotros mismos, podemos asesorar y orientar sobre el futuro del mundo laboral. Siempre de cara al futuro, siempre mejorando, siempre a la vanguardia.

Confiables.

Somos honestos y sinceros. Somos responsables y cumplidos. Tenemos integridad. Las personas confían en que nosotros les diremos la verdad y las ayudaremos a tomar las decisiones correctas. Cuando decimos que haremos algo, lo hacemos.

Atractivos.

Somos acogedores y accesibles, y siempre estamos encontrando nuevas formas de hacer que el trabajo sea más interesante. Considerados, respetuosos y sensibles, incentivamos a las personas a que exploren nuevas oportunidades y expandan sus habilidades.

2.4.1 Lanzamiento de la nueva marca Manpower

El 21 de febrero de 2006 lanzamos oficialmente la nueva marca Manpower, cuyo principal concepto es el "Trabajo Contemporáneo". Así, todos los atributos de la marca respondieron a esta idea. Nuestra meta fue asegurarnos de que nuestra marca fuera representativa de todo lo que es Manpower.

¿Qué cambió?

- Nuestro logo
- Nuestro Posicionamiento Comercial, ampliando nuestros servicios
- Unificamos las ideas con las acciones que desarrollamos con los clientes
- Nuestra forma de ver a los clientes y a nuestros asociados



¿Qué NO cambió?

- Nuestros servicios
- La estructura de la empresa

Para nuestros empleados la nueva marca implica una nueva forma de pensar en relación a las actividades diarias, cómo ser un experto en el mundo laboral de hoy en día y afrontar los desafíos y tendencias que se están desarrollando en dicho ámbito, y cómo "vivir" la nueva marca y hacer esta transición lo más exitosa posible.

En nuestros clientes, buscamos que puedan comprender mejor la gama de servicios que ofrecemos y que les permitirán triunfar en el mundo laboral de hoy en día. Asimismo, esperamos que nos vean como líderes en la provisión de alternativas y de flexibilidad necesarias para que triunfen en sus ámbitos.

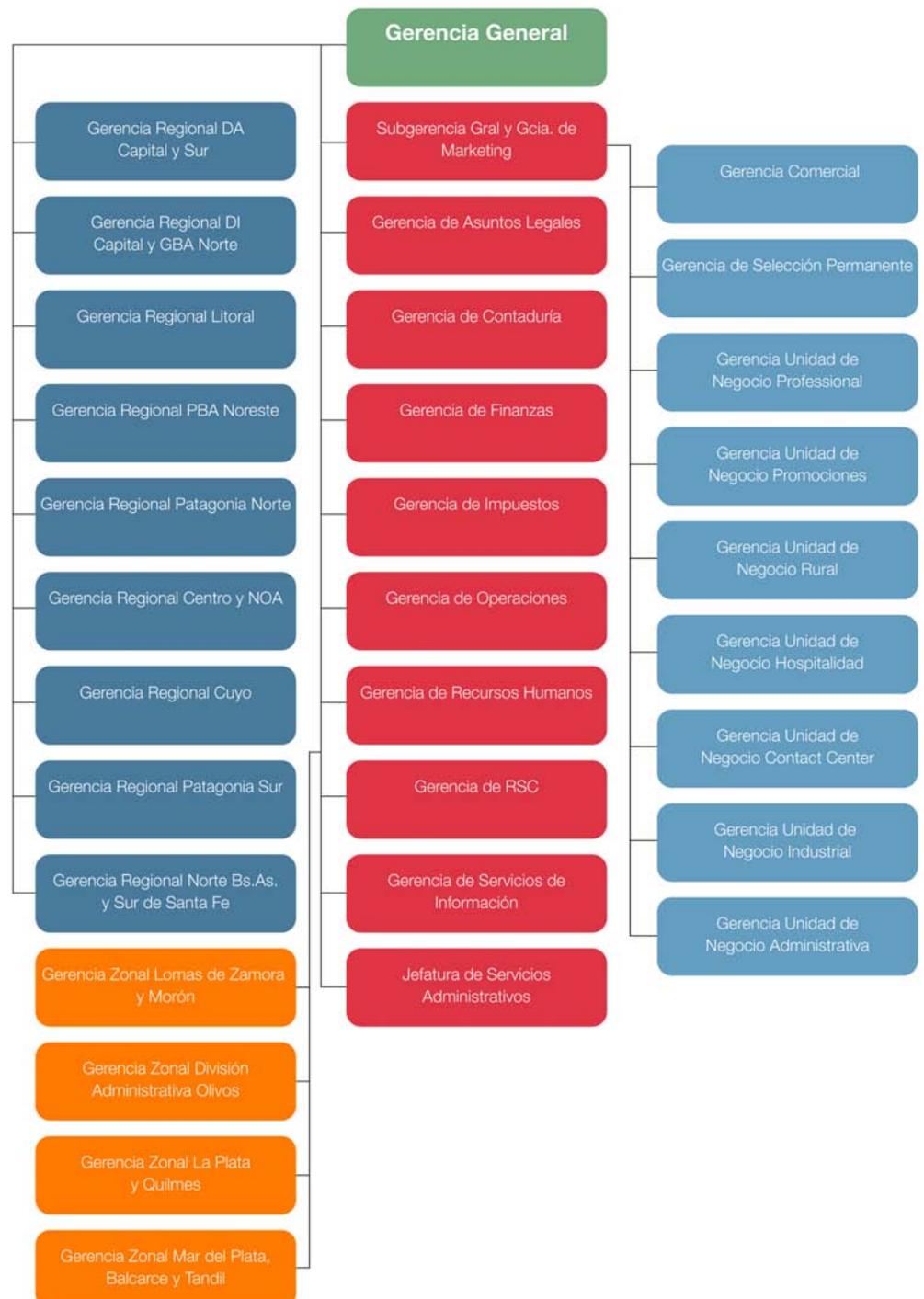
Este lanzamiento para nuestros asociados significó brindarles más opciones y oportunidades de carrera, proveerles herramientas actuales y capacitarlos para el nuevo mundo del trabajo.

Con la nueva marca, trabajamos en la creación de nuevos materiales y un plan de comunicación para que todos nuestros públicos estén al tanto de nuestra transición y el significado de este lanzamiento.

2.5 Organigrama de la empresa

La estructura de Manpower Argentina está diagramada en función de las áreas de negocio y distribución geográfica de la empresa en todo el país. Las Gerencias Regionales y Zonales reportan directamente a la Gerencia General ya que las sucursales del interior del país son núcleos muy importantes para el negocio. Este formato permite tener una continua comunicación con cada una de las sucursales locales y así coordinar todas las actividades de la compañía.

Manpower Argentina está constituida por una Gerencia General de la cual dependen 9 Gerencias Regionales, 4 Gerencias Zonales, 10 Departamentos. Por su parte, las 9 Gerencias de Unidades de Negocio dependen de la Subgerencia General.



2.6 Gobierno Corporativo

2.6.1 Estructura del gobierno

En Argentina, Manpower desarrolla su actividad a través de cuatro Sociedades Anónimas. El Directorio se encuentra formado por los siguientes miembros:

Horacio Pablo De Martini (Presidente)
Michael John Lynch
Mike Van Handel
Alfredo Luciano Fagalde Grondona
Eduardo Rafael March

Las reuniones de Directorio son al menos cada tres meses, pudiendo reunirse con mayor frecuencia en la medida que sea necesario. En 2006 el Directorio se reunió cuatro veces. Los temas tratados en las reuniones de Directorio más importantes son la convocatoria a la Asamblea y la distribución de cargos en el Directorio. Las decisiones se toman por mayoría de votos de los presentes en cada reunión.

2.6.2 Código de Conducta

Nuestro Código de Conducta fue lanzado en el año 2003 y desde entonces firmado por cada uno de nuestros empleados. Su objetivo es resaltar los principios que guían cada una de nuestras acciones, en el marco de los Valores de la empresa.

Manpower INC posee un Centro de capacitación ética, y los distintos funcionarios de la organización son continuamente entrenados en aspectos claves tales como: Código de conducta, Prácticas corruptas, Prácticas monopólicas, etc.

En Argentina hay un **Comité de Ética local** integrado por la Gerencia General, Gerencia de Operaciones, Gerencia de RRHH, Gerencia de Asuntos Legales y Gerencia de RSC que tiene como funciones recepcionar denuncias anónimas, investigar y dictaminar sobre posibles casos de prácticas reñidas con el código y efectuar recomendaciones a la organización para mejorar día a día los estándares éticos de la organización.

En 2006 se realizó un curso sobre Prácticas Corruptas para Gerentes de la Compañía.

Principios del Código de Conducta

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

2.6.3 Conflicto de intereses

A través del Código de Conducta procuramos evitar cualquier relación o actividad que llegue a comprometer al empleado en la toma de decisiones. Consideramos que se pueden presentar posibles conflictos de intereses bajo las siguientes situaciones:

- Ser accionista de las compañías de los clientes, competidores o proveedores de Manpower.
- Ser consultor o empleado de medio tiempo de clientes, competidores o proveedores de Manpower sin previo conocimiento y aprobación de la empresa.
- Contratar familiares en un mismo departamento u otras áreas.
- Dar trato preferencial a socios comerciales o potenciales que sean familiares de algún empleado Manpower.
- Hacer contribuciones políticas, en dinero o servicios personales, bajo el nombre de Manpower.
- Postularse para o aceptar algún cargo político sin previo conocimiento o aprobación.

2.6.4 Protección de datos

Como empresa de servicios, asumimos la responsabilidad de garantizar la confidencialidad y la protección de la información personal y sensible que se nos confía.

En este sentido, Manpower tiene a nivel mundial una “Política de Privacidad de Datos Personales”, que brinda un marco regulatorio de protección para la información personal que manejamos.

En Manpower Argentina hemos implementado esta Política mediante la firma de una notificación de privacidad que realizan todos los candidatos y empleados asociados como así también el personal fijo de nuestra compañía.

Protegemos la información privada de las personas por los siguientes medios:

- Informamos a nuestra gente qué datos personales recopilamos de ellas, y por qué la recopilamos.
- Cuando corresponde, respetamos las decisiones personales

respecto de la recopilación, el uso y el intercambio de información.

- Procuramos de manera razonable que la información personal que obtenemos sea precisa y actualizada.
- Utilizamos métodos de protección de la información personal.
- Limitamos el acceso a la información personal y su divulgación.
- Retenemos la información personal de acuerdo con lo que exige la ley y nuestra política de conservación de documentos de la empresa.
- Cuando corresponde, ofrecemos a las personas la posibilidad de ver y actualizar la información que poseemos sobre ellas.
- Ofrecemos a las personas la oportunidad de que nos hagan preguntas y presenten quejas.

Asimismo las distintas sociedades han cumplido con la obligación establecida en la Ley 25326 y normas reglamentarias, relativas a la inscripción de sus bases de datos personales ante el Registro Nacional de Datos Personales.

“Entrelazados”



90

empleados se sumaron al programa de voluntariado

30

voluntarios participaron de las “III Jornadas de Coordinadores de RSC”

15

voluntarios entregaron

una tonelada de artículos a escuelas rurales de Santiago del Estero

“Oportunidades para todos”



110

personas con discapacidad fueron empleadas en empresas-cliente

11

nuevas empresas cliente han incorporado empleados con discapacidad a través de Manpower

7

incorporaciones de empleados con discapacidad en Manpower Argentina

“Juntos por los jóvenes”



583

jóvenes de bajos recursos capacitados en **44** talleres de inserción laboral

10

provincias como ámbito de acción del programa

20

organizaciones sociales junto a Manpower orientando a los jóvenes para su ingreso al mundo laboral

Capacitación en Responsabilidad Social Corporativa



6

seminarios-taller de Introducción a la RSC para todos los gerentes, **163** empleados y

253 clientes

3

desayunos de trabajo con empresas por temática de discapacidad y juventud

1.500

horas de capacitaciones en temáticas de RSC a nuestros empleados

18

Coordinadores Zonales de RSC en la Jornada Anual de Capacitación

Centro de Capacitación y Desarrollo

250.000 usuarios

5.000 horas

5794 cursos

Programas de promoción del espíritu emprendedor



Incubadora de Ideas

para incentivar la Creatividad y Estrategia

El Poder del Cambio

para desarrollar la Innovación

Intercambio de RRHH

para la integración de los empleados

Programa de control de calidad de nuestro servicio



249

empleados asociados fueron reconocidos con el Premio Manpower a la Excelencia por buen desempeño

Seguridad en el trabajo



51.385

asociados evaluados sobre manuales de seguridad

23.500

asociados capacitados en seguridad e higiene

160

empleados de casa central tomaron parte en prácticas de evacuación de edificio

Comunicación



Revista Trabajo Contemporáneo

donde informamos a nuestros grupos de interés acerca de las actividades de la empresa.

Desayunos de trabajo con clientes

como encuentros periódicos de asesoramiento e intercambio de información con otras empresas.

Atención específica a proveedores

manteniendo intercambios frecuentes con transparencia.

Tribuna Manpower

es una revista bimensual para los empleados de la empresa.

Anuario Entrelazados

donde se relatan las experiencias vividas por los voluntarios.

Manpower, nuestra marca



Lanzamiento de la nueva marca Manpower basada en el Trabajo Contemporáneo.

Concurso de marca. Premiamos a un empleado por cada atributo reflejado en su accionar cotidiano.

/04

La Responsabilidad Social Corporativa para Manpower



4.1 Nuestra Misión en Responsabilidad Social Corporativa (RSC)



Tenemos una arraigada tradición de integridad. Nos esforzamos por ser socialmente responsables en todos los aspectos de nuestro negocio. En este sentido, orientamos nuestros recursos en ser un puente al empleo para muchas personas.

Nuestro enfoque de la Responsabilidad Social Corporativa está basado en nuestros valores mundiales. Nos comprometemos con: respetar a la gente, los clientes y la comunidad, y el papel que juega el trabajo en sus vidas; compartir nuestro conocimiento y experiencia para establecer prácticas de empleo sustentables en todo el mundo; y buscar la excelencia por medio de la innovación, para crear ambientes laborales que incluyan a todos los sectores de la sociedad en el largo plazo.

Creamos soluciones que unen a empresas e individuos para mutuo beneficio. Nuestros procesos de evaluación de aptitudes y políticas de contratación nos ayudan a prevenir situaciones de discriminación. Fomentamos la toma de conciencia y el rechazo de prácticas de empleo basadas en la explotación de personas; particularmente, aquellas más vulnerables.

Manpower está a favor de:

Ser un puente al empleo para las personas en desventaja en todo el mundo.

Nos centramos en ofrecer empleos y capacitación en alianzas con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil a:

- Personas con discapacidad
- Jóvenes en desventaja
- Desempleados por largo tiempo
- Personas marginadas o minorías discriminadas (inmigrantes)
- Víctimas de desastres y de explotación y tráfico humano
- Refugiados

Manpower está en contra de:

Tolerar prácticas de empleo que explotan personas, en especial aquellas que son vulnerables.

Nos centramos en generar conciencia y rechazo a prácticas abusivas, en tanto llega el momento en que podamos ofrecer empleo a personas víctimas de:

- Trata de Personas (comercio sexual, trabajo esclavo)
- Trabajo infantil
- Salarios por debajo de la ley a personas vulnerables
- Explotación de personas en desventaja
- Condiciones de trabajo riesgosas

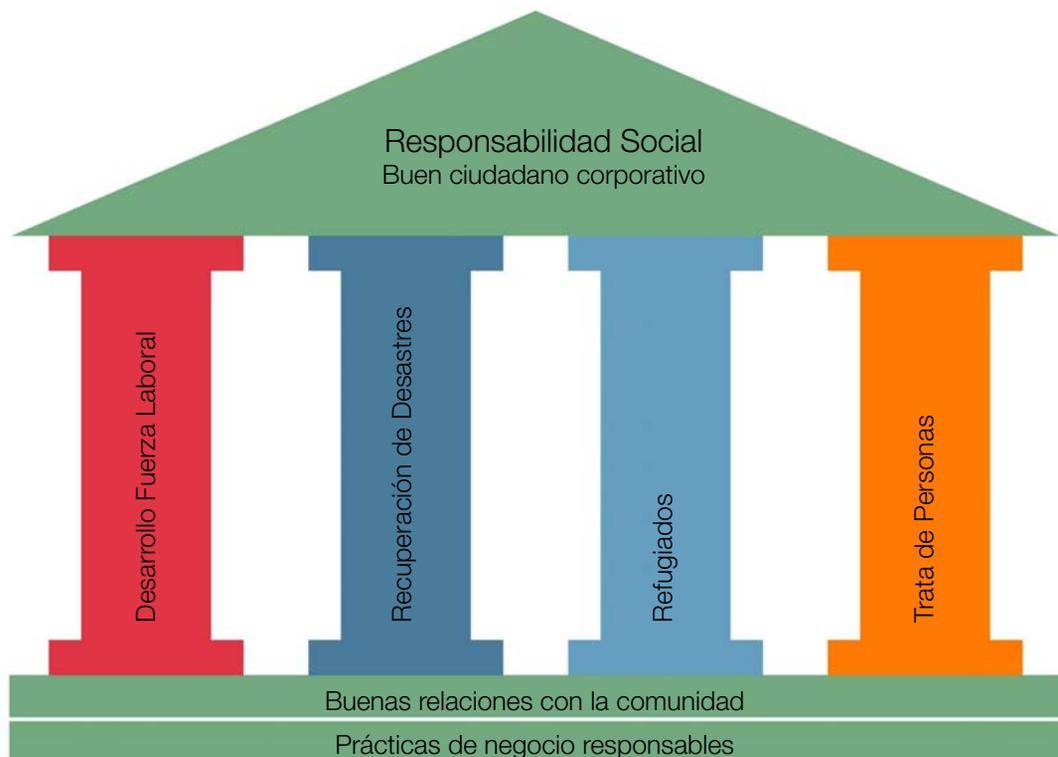
4.2 Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa

Nuestra actividad comercial es, por definición, una actividad de responsabilidad social porque está orientada a conectar a las personas con el trabajo. Es por eso que nuestra estrategia de RSC está estrechamente vinculada a lo que hacemos.

Cuando en Manpower hablamos de RSC nos referimos a la integración de prácticas éticas, social y ambientalmente responsables que van más allá de los requerimientos contractuales.

Nuestra estrategia de RSC está basada en cuatro pilares:

Los cuatro pilares de la RSC en Manpower



Desarrollo de fuerza laboral

Buscamos fortalecer la diversidad de nuestras comunidades y generar oportunidades para que todos puedan ser parte de la fuerza laboral. A través de diversos programas de desarrollo de recursos humanos ofrecidos en todo el mundo contribuimos a que las personas mejoren sus aptitudes profesionales y aumenten su potencial de largo plazo en el desarrollo de sus carreras. Nuestros servicios de reorientación profesional logran que el cliente que se ve obligado a eliminar puestos de trabajo de su empresa, pueda hacerlo de una manera que ayude a los empleados afectados por esta decisión a recibir el apoyo, la capacitación y el asesoramiento de carrera necesarios para reinsertarse en el mundo laboral.

Recuperación de desastres

Pensamos que lo mejor que podemos hacer por las víctimas de desastres naturales es ayudarlos a obtener un empleo sustentable que les permita alimentar a sus familias y comenzar a construir un futuro mejor. Una de nuestras iniciativas es conseguir empleos de corta duración para las personas que han sufrido la desaparición o destrucción de su lugar de trabajo. En los casos extremos en que ya no podrán retomar sus actividades habituales, les ayudamos a desarrollar nuevas carreras profesionales evaluando sus habilidades y capacitándolos.

Refugiados

Manpower se ha unido a la campaña **ninemillion.org** de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR). El objetivo de la iniciativa es educar a nueve millones de niños que viven por períodos prolongados en campos de refugiados de todo el mundo sin educación adecuada. Gracias a la campaña, recibirán la formación necesaria para desarrollarse socialmente cuando finalmente sean repatriados.

Trata de Personas

En la actualidad, el tráfico de humanos es el tercer negocio ilegal más lucrativo del planeta, después del tráfico de armas y de drogas; y existe en todos los países y territorios en los que opera la red de Manpower. Por este motivo, nuestra empresa se ha unido a la campaña ¡Detengamos el Tráfico de Humanos Ya!, que lidera el Movimiento Internacional Suzanne Mubarak de Mujeres por la Paz (SMWIPM, Suzanne Mubarak Women's International Peace Movement.)

Manpower ha desarrollado a nivel mundial políticas en temas clave de derechos humanos, trabajo y medioambiente que incluyen:

- Diversidad
- Protección Medioambiental
- Trabajo con cadena de Proveedores
- Prevención de Trata de Personas
- Salud y Seguridad
- Privacidad de Datos
- Comunidad
- Entrenamiento y capacitación permanente

4.3 Estructura de Responsabilidad Social Corporativa



En Manpower Argentina contamos con una Gerencia exclusivamente dedicada al desarrollo e implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro negocio y que depende directamente del Gerente General de la compañía.

Esta área de RSC cuenta con un presupuesto propio desde el año 2003 y presenta un plan de acción anual al Directorio de la compañía alineado a la estrategia corporativa.

A nivel nacional, la Gerencia de Responsabilidad Corporativa está integrada por 7 profesionales especializados en distintas temáticas. Una red de 18 coordinadores zonales cubriendo sucursales de ciudad de Buenos Aires e interior del país -quienes se mantienen actualizados recibiendo capacitación en RSC-, hoy trabajan en el desarrollo de actividades en esta área e interactúan con socios locales.

Funciones de la Gerencia de RSC:

- Desarrolla e implementa políticas y acciones de RSC dentro de la empresa y hacia la comunidad. Es responsable de definir los lineamientos estratégicos de los programas corporativos locales y de la formulación, implementación, desarrollo y evaluación de los mismos - supervisando el trabajo del equipo de RSC y sosteniendo la relación con los socios. Esto incluye la elección y convocatoria de los socios externos y la definición de los términos de los acuerdos que se establezcan.
- Representa a la empresa ante el sector público, organismos internacionales, cámaras, empresas, organizaciones sociales y medios, vinculados a actividades de RSC.
- Desarrolla iniciativas y alianzas con organizaciones relacionadas a la RSC.
- Planifica e implementa la comunicación interna y externa de las iniciativas y programas en forma conjunta con las áreas de Recursos Humanos y de Marketing.
- Desarrolla herramientas de comunicación propias del área para difundir las actividades y reportar los progresos. Organiza y coordina eventos en el ámbito nacional en articulación con las gerencias regionales en temáticas referidas al desarrollo de la RSC.
- Desarrolla los contenidos de inducciones y capacitaciones en RSC para el personal de la organización en colaboración con el área de Recursos Humanos.

La Gerencia de RSC pone en práctica los valores de Manpower, alineados a la estrategia de RSC de la siguiente forma:

Gente

Desarrollamos iniciativas en todo el país con coordinación de actividades, asignando especialistas para cada programa. Movilizamos profesionales, provenientes de las sucursales, en cada zona en la que avanzamos en las iniciativas de RSC.

Conocimiento

Transferimos a las organizaciones sociales nuestro conocimiento del mercado laboral en cada localidad. Asesoramos y capacitamos a las empresas a través de personal especializado en diversidad e inclusión.

Innovación

Ayudamos a personas en desventaja a tomar las decisiones correctas sobre el futuro en el mundo laboral. Fomentamos el compromiso de todos los empleados de Manpower para que asuman un rol activo en nuestros programas.



18 coordinadores zonales de RSC liderando acciones en **todo el país** con base en:



Gualectuaychú Pcia. de Entre Ríos	La Plata Pcia. de Bs. As.	Salta Pcia. de Salta
Rosario Pcia. de Santa Fe	Zárate Pcia. de Bs. As.	Bs. As. Centro Ciudad de Bs. As.
Bariloche Pcia. de Río Negro	Córdoba Centro Pcia. de Córdoba	Villa Mercedes Pcia. de San Luis
Neuquén Pcia. de Neuquén	Córdoba Cerro de las Rosas Pcia. de Córdoba	San Juan Pcia. de San Juan
Bahía Blanca Pcia. de Bs. As.	Villa María Pcia. de Córdoba	Mendoza Pcia. de Mendoza
San Isidro Pcia. de Bs. As.		

4.4 Proceso de Elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Corporativa 2006

En nuestro primer Reporte de RSC buscamos involucrar a todos los niveles de la empresa para sistematizar la comunicación sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental. Implementamos un Proceso a través de diferentes etapas, en el cual

fuiamos involucrando progresivamente desde las altas gerencias de la compañía, hasta las gerencias del interior del país, y representantes de todas las áreas de la empresa vinculadas a temáticas de RSC.



En una primera etapa, se creó el **Comité Reporte RSC** formado por el Gerente General y gerentes de la compañía con el objetivo de obtener el compromiso de la alta gerencia en el desarrollo del proceso. Realizamos una **presentación a este Comité**, a cargo de la Gerencia de RSC, coordinadora del proceso, y ReporteSocial.com³. Estuvieron presentes 21 gerentes de casa central, incluido nuestro Gerente General, y 26 gerentes a través de llamada en conferencia, desde el interior del todo el país.

Una vez en marcha la dinámica de trabajo, se organizó el **Grupo Operativo RSC**, cuyos miembros fueron capacitados en los

aspectos, procesos y herramientas principales para la elaboración de estos informes.

La **recolección y sistematización de toda la información** relevante para el Reporte se realizó teniendo en cuenta los “Principios de Calidad para la elaboración de reportes” de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

En este proceso se detectaron oportunidades de mejora que serán tenidas en cuenta para profundizar las actividades de RSC y los contenidos de próximos Reportes de RSC de Manpower.

Algunas cifras de RSC:

- En 3 años más de **210** personas con discapacidad obtuvieron un empleo en **30** empresas clientes.
- Desde 2005 más de **600** ejecutivos de empresas clientes fueron capacitados en diversidad e inclusión.
- Desde 2004 más de **1400** jóvenes de bajos recursos de **40** ciudades de todo el país fueron capacitados.
- Establecimos alianzas con **30** “socios de trabajo” (Gobierno-ONG’s-Universidades-Empresas).
- En 2006 movilizamos cerca de **100** voluntarios de más de **20** sucursales y de casa central.

4.5 Iniciativas y alianzas con organizaciones



4.5.1 Pacto Global de Naciones Unidas

Es la iniciativa de Naciones Unidas para fomentar en el empresariado mundial la adopción de principios universales en los ámbitos de los derechos humanos, las condiciones laborales, el medioambiente y la anti-corrupción.

Con la intención de promover la aplicación de los 10 principios contenidos en el Pacto Global de las Naciones Unidas, hemos participado desde sus inicios a fines de 2003, en el Grupo Promotor de esta iniciativa en Argentina. En el período 2005-2007 formamos parte de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global como miembros suplentes trabajando activamente en desarrollar acciones en todo el país que promuevan la incorporación de estos principios en las empresas argentinas.

Del 23 al 25 de Mayo de 2006 fuimos invitados como única empresa argentina al Primer Encuentro de Redes Latinoamericanas de Pacto Mundial en Panamá. Allí presentamos nuestra visión de la RSE, nuestros programas corporativos, el trabajo en red y el valor de las alianzas.

³ ReporteSocial.com es una organización especializada en procesos de elaboración de reportes sociales y quien facilitó el proceso de nuestro primer Reporte RSC.

Más información en www.reportesocial.com

4.5.2 Aliados en Educación



Trabajamos en alianza con importantes Instituciones Educativas, combinando las técnicas académicas de formación con el conocimiento sobre el mundo laboral que aporta Manpower.

- Universidad de la Marina Mercante (UdeMM)
- Universidad Católica de Córdoba
- Universidad Abierta Interamericana (UAI)
- Universidad del CEMA
- Universidad Tecnológica Nacional (UTN)
- Universidad Nacional de Tres de Febrero
- Universidad del Aconcagua
- Universidad Empresarial Siglo 21
- Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta (UCASAL)
- Universidad Nacional de Cuyo
- Universidad Argentina de la Empresa (UADE) (prácticas sobre inclusión y diversidad)

4.5.3 Aliados en Trabajo



En relación a la lucha contra el trabajo infantil y la incorporación de personas con discapacidad en el mundo laboral contemporáneo, trabajamos conjuntamente con empresas y organismos de gobierno.

- **Club de Empresas Comprometidas.** Como miembros fundadores junto a la Oficina de Empleo de la Unidad para Personas con Discapacidad del Ministerio de Trabajo de la Nación y otras empresas.
- **Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil** en el ámbito del Ministerio de Trabajo de la Nación. A partir del trabajo en Mesas Técnicas de RSE convocadas por el MTSS, participando como miembros fundadores en articulación junto a la CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil) y otras empresas.

4.5.4 Principios Éticos de Atenas



Al adherirnos a los Principios Éticos de Atenas, hemos adoptado la política de tolerancia cero respecto a la trata de personas. Esto quiere decir que no operaremos a sabiendas con ninguna empresa que se beneficie de alguna manera del tráfico de seres humanos. Esto incluye a nuestros clientes, proveedores y socios comerciales. Además, lideramos una campaña por la cual esperamos que 1000 corporaciones líderes a nivel mundial suscriban los Principios y declaren que ellas también apoyan la política de tolerancia cero respecto de este abuso de los derechos humanos.

Los siete principios éticos del Plan de Acción de Atenas

- Demostrar explícitamente que aplicamos la política de tolerancia cero respecto a la trata de personas; especialmente el de mujeres y niños con fines de explotación sexual.
- Contribuir a la prevención de la trata de personas, que incluye campañas de toma de conciencia y educación.
- Elaborar una estrategia corporativa para una política de lucha contra la trata de personas que se vea reflejada en todas nuestras actividades.
- Asegurarnos de que nuestro personal cumpla firmemente nuestra política de lucha contra la trata de personas.
- Alentar a los socios comerciales, incluidos los proveedores, a aplicar principios éticos de lucha contra la trata de personas.
- En el esfuerzo por hacer cumplir los principios, apelar a los gobiernos para iniciar un proceso de revisión de las leyes y los reglamentos que estén directa o indirectamente relacionados con endurecer las políticas de lucha contra el tráfico y trata de personas.
- Generar y compartir información sobre las mejores prácticas.

4.5.5 Miembros de otras Instituciones

- ADRHA - Asociación de Recursos Humanos de la Argentina
- FAETT - Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario
- UIPBA - Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires
- AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica

4.6 Difusión de la Responsabilidad Social Corporativa

Contamos con una variedad de medios para difundir nuestro compromiso con la RSC, entre ellos:

En 2006 fuimos **panelistas** en **8 eventos** de RSC nacionales y regionales



- **Trabajo Contemporáneo**, una publicación trimestral, a través de la cual comunicamos a la comunidad nuestros avances en materia de RSC.

- **Sección RSC en la Web Corporativa: "RSC - Novedades"**, en la cual publicamos además de los avances de nuestros programas y las nuevas alianzas; la actividad de nuestro equipo de RSC en seminarios, congresos y encuentros, nacionales y extranjeros.

- **Seminario de RSC** (teórico-práctico) para empleados, empresas clientes, organizaciones sociales y funcionarios de gobierno, junto al IARSE - Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, en Buenos Aires, Neuquén, Rosario, Mendoza y Córdoba.



- **Eventos Regionales**. Participamos del I Encuentro de Redes Latinoamericanas de Pacto Mundial de Naciones Unidas realizado en Panamá.

- **"Desayunos de RSC con clientes"**. Creamos espacios de encuentro con otras empresas para generar acciones que promuevan la inserción laboral de personas en desventaja. Alentamos el compromiso, concientizando acerca de la responsabilidad social compartida en relación a la temática de trabajo e inclusión, juventud y discapacidad.



- Otros **canales de comunicación** para difundir la RSC. Tenemos presencia en los medios de comunicación a través de entrevistas y artículos periodísticos.

Manpower en los medios, Destacados año 2005- 2006

- Manpower avala el voluntariado, 24/11/05, diario Infobae.
- Especial RSE, Noviembre 2005, revista Mercado.
- El Gobierno destacó la integración laboral, 22/12/05, diario Infobae.
- Compromiso: Las compañías ante la comunidad, 08/01/06, diario La Nación.
- Indicador Valor 2006, Marzo 2006, revista Valor Sostenible.
- Un acuerdo renovado impulsa el desarrollo del trabajo comunitario, 28/03/06, diario Infobae.
- Manpower representó a la Argentina en el encuentro RSE de la ONU. 13/06/06, diario Infobae.
- Campaña para integrar a personas con discapacidad, 30/08/06, diario Clarín.
- Informe especial RSE en Argentina, 31/08/06, revista Debate.
- Hacia la Integración laboral de personas con discapacidad (Cámara de Diputados), 06/09/06 newsletter ComunicaRSE.
- Manpower participó de Jornada Empleo y Discapacidad en la Cámara de Diputados de la Nación, 13/09/06, boletín IARSE.
- Educación sanitaria en Santiago del Estero, 11/10/06, diario Infobae.
- Premios Responsabilidad Social Comunicativa, Edición 2006, 7/11/06, diario Infobae.
- Programas relevantes en RSE, Noviembre 2006, revista Mercado.
- Alianza con Petrobras en Capacitación, 02/01/07, diario Infobae.

4.7 Reconocimientos RSC 2006



Dr. Carlos Tomada – Ministro de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Enrique Deibe – Secretario de Empleo de la Nación – y Alfredo Fagalde –Gerente General de Manpower Argentina.

- **Indicador Valor 2006 - Revista Valor Sostenible:** Una de las empresas más maduras en términos de RSC de Argentina.
- **Reconocimiento del Ministerio de Trabajo de la Nación como “Empresa Comprometida”** por nuestro trabajo en facilitar el acceso al mundo laboral de personas con discapacidad (2004 y 2005)
- **Premio Ángel de Plata 2006:** por el compromiso asumido por la sucursal Córdoba en el desarrollo de emprendedores. (Otorgado por la Fundación Mundos y el Centro de Emprendedores de la Universidad Siglo 21)
- **Premio BUPE, como empresa comprometida con el bien público por el Programa “Juntos por los Jóvenes”.** (Otorgado por BUPE Comunicaciones a través del espacio radial “El Duende” de Radio Continental)

/05

Grupos de Interés



5.1 Identificando a nuestros Grupos de Interés

Con el fin de identificar claramente los públicos con los cuales nos relacionamos en Manpower Argentina, lo temas por los cuales nos relacionamos con ellos y los canales de comunicación con cada uno, realizamos junto al Grupo Operativo RSC un “Mapeo de Grupos de Interés” como parte del proceso de elaboración del Reporte RSC.

¿Quiénes son y cómo nos relacionamos con nuestros Grupos de Interés?

Clientes

El principal instrumento de comunicación con nuestros clientes es la Evaluación de Calidad de Servicio y la Evaluación de Desempeño de nuestros asociados. Ambos forman parte del Programa Control de Calidad. Asimismo, tenemos con ellos reuniones personales, cursos de capacitación y concientización en temas de RSC, y reuniones individuales por consultas sobre asuntos legales.

Accionistas

Desde Manpower Argentina no tenemos una relación directa con los accionistas de la compañía ya que esta comunicación es manejada por la Casa Matriz de Manpower en Estados Unidos. El canal de comunicación con ellos es a través de informes trimestrales de resultados financieros, la memoria anual del grupo y reuniones personales.

Empleados

Los canales de comunicación con nuestra gente son a través de medios como la Encuesta de Clima Laboral Anual y Global, el diálogo directo con sindicatos y otras asociaciones, las jornadas de capacitación, los desayunos con el Gerente General, las carteleras, el buzón de sugerencias, la publicaciones internas y por correo electrónico, entre otras.

Asociados

Son las personas que, asignadas por Manpower Argentina, trabajan para nuestros clientes. Nos relacionamos con ellos mediante las capacitaciones, a través de entrevistas personales, la Evaluación de Satisfacción Laboral y la Evaluación de Desempeño que forma parte del Programa Control de Calidad, por medio de nuestra Web corporativa (www.manpower.com.ar) y por correo electrónico entre otros medios.

Proveedores

La comunicación con nuestros proveedores es a través la página Web para proveedores www.cobranzas.com, el correo electrónico proveedores@manpower.com.ar y mediante reuniones con responsable de compras.

Comunidad

La comunidad con la que nos relacionamos está formada por instituciones educativas y organizaciones locales con quienes desarrollamos diferentes acciones relacionadas a nuestra actividad. Los canales de comunicación se manejan a través de la Gerencia de RSC, los coordinadores zonales de RSC y los voluntarios. Con nuestra comunidad estamos comunicados mediante los programas sociales, la página Web corporativa (www.manpower.com.ar) y el correo electrónico rsc@manpower.com.ar, frecuentes reuniones locales, actividades de capacitación y una jornada anual a nivel nacional de encuentro con organizaciones sociales aliadas en acciones de RSC.

Medioambiente

Estamos comenzando un proceso de trabajo interno para generar mayor conciencia del impacto que tenemos en nuestro medioambiente y a diseñar campañas de uso racional de energía, cuyos resultados informaremos en próximos reportes.

5.2 Clientes y Asociados



1.800 clientes

Bajo el lema **“Tener una persona especial para cada cliente especial”**, ayudamos a las empresas-cliente a beneficiarse y anticiparse a los cambios que están teniendo lugar en el mundo contemporáneo del trabajo.



57.200 asociados

Ofrecemos empleos que van desde altos ejecutivos a personal administrativo y operarios especializados; en posiciones permanentes, temporarias o por proyecto. Tenemos una vasta oferta de servicios que reducen los tiempos y costos de la contratación de personal de nuestros clientes.

En Manpower Argentina contamos con una cartera de clientes que asciende a los 1800 en 2006 y un total de 57.200 asociados.

Nuestros ASOCIADOS son las personas que, seleccionadas mediante un proceso basado en entrevistas, trabajan para nuestros clientes y hacen a la calidad del servicio que brindamos.

600.000 asociados entrevistados para mejorar la calidad de nuestro servicio



Para satisfacer las necesidades de nuestros clientes entrevistamos anualmente a 600.000 personas.

Trabajamos con empresas y organizaciones muy diversas tanto por su tamaño como por las regiones donde operan. Nuestros clientes son desde empresas pequeñas y medianas hasta corporaciones multinacionales, los cuales están representados en 92 rubros distintos. A grandes rasgos, incluyen los siguientes sectores:

- Industria manufacturera
- Industria agrícola
- Hoteles
- Logística
- Industria financiera
- Comercio mayorista y minorista

Nuestros clientes están ubicados por todo el territorio de la República Argentina, alcanzando a 220 localidades del interior del país, en 22 provincias argentinas.

5.2.1 Diversidad en el mercado laboral

En Manpower Argentina consideramos que la diversidad es fundamental en el lugar de trabajo. Desde nuestro negocio tenemos el privilegio de contribuir y alentar prácticas que fomenten la diversidad y la inclusión en el mundo laboral.

Para Manpower, diversidad es sinónimo de diferentes razas, naciones de origen, religiones, culturas, géneros, edades, discapacidades, inclinaciones sexuales e identidades de género.

A través del Programa “**Oportunidades para todos**”, concientizamos y capacitamos a nuestros clientes en temas de igualdad de oportunidades en el mercado laboral. Asimismo, ayudamos a nuestros clientes a tener una nueva mirada sobre los candidatos y brindamos herramientas y técnicas para seleccionar personas con discapacidades.

En 2006 se sumaron **11** nuevas empresas cliente al programa, alcanzando un total de **34** empresas desde 2004. Las empresas que participan de este programa emplearon a **110** personas con discapacidad en 2006, ascendiendo así a **200** la cantidad de personas que obtuvieron un empleo desde la creación del Programa en 2004 hasta fines de 2006.

Inserciones por tipo de discapacidad	2005	2006	Inserciones por Especialización	2005	2006
Motriz	19	36	Industrial	2	56
Auditiva	22	47	Administrativa	37	31
Visual	7	13	Promociones	9	20
Mental	2	10	Hospitalidad	5	2
Visceral	4	4	Contact Center	1	1

Acompañando los procesos de integración laboral de nuestras empresas clientes, realizamos las siguientes capacitaciones:

- **Concientización en Diversidad.** Para generar agentes multiplicadores en la temática de discapacidad, promover conciencia acerca de la capacidad de las personas con discapacidad y brindar información teórica con respecto a las diferentes discapacidades y sus implicancias a nivel laboral.

- **Capacitación en Reclutamiento de Candidatos con Discapacidad.** Con el objetivo de enseñar el análisis de cada discapacidad por puesto laboral, cómo tratar y comunicarse según las discapacidades, cómo coordinar y conducir la entrevista y adaptar las herramientas a utilizar en la entrevista laboral.

En 2006 realizamos dos encuentros en los cuales participaron **385** mandos medios y gerenciales de **6** empresas cliente.



Metodología de inserción laboral para personas con discapacidades

- Análisis del puesto.
- Selección y evaluación de los candidatos a cargo de profesionales en discapacidad.
- Presentación de terna a la empresa-cliente.
- Devolución y evaluación compartida con la empresa-cliente.
- Asesoramiento previa inserción.
- Inserción por sus propios medios.
- Seguimiento según nivel de discapacidad y necesidades del cliente.

5.2.2 Seguridad en el trabajo para nuestros clientes y asociados

A través de una política de prevención desarrollada en asociación con nuestros clientes, generamos un ambiente de trabajo seguro en cada empresa, donde analizamos los riesgos y periodicidad de los accidentes laborales.

Seguridad en nuestros asociados



51.385 asociados

evaluados en seguridad del trabajo

- Garantizamos que las personas seleccionadas para trabajar con nuestros clientes, sean las adecuadas para el puesto asignado y que estén cubiertos por los riesgos legales que cada trabajo específico requiere. Todos los asociados de Manpower cuentan con la cobertura de una Aseguradora de Riesgo del Trabajo, con un Seguro de Vida Colectivo, un Seguro de Vida Obligatorio y Obra Social. De esta manera, la empresa-cliente se asegura de respetar la legislación laboral vigente.
- Todos nuestros asociados reciben un manual de seguridad sobre los potenciales peligros a los que se exponen

en distintos ámbitos laborales y los elementos de protección necesarios según la actividad y puesto. Luego de la lectura del manual, completan una evaluación escrita.

- Realizamos visitas a las plantas de las empresas-clientes con el fin de conocer más el negocio y los ambientes de trabajo.
- Desarrollamos, junto a nuestro proveedor en la materia - la empresa National Safety, una sesión de inducción y capacitación para todos nuestros nuevos asociados.

23.500 asociados

 capacitados en seguridad del trabajo

5.2.3 Capacitación para asociados

Centro de Capacitación y Desarrollo (TDC)



El aprendizaje y las herramientas educativas son una fuente esencial de formación para nuestros asociados. De esta manera buscamos satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

Ofrecemos tanto a nuestros asociados como al propio personal de nuestras empresas cliente, la posibilidad de acceder gratuitamente a nuestro programa educativo de capacitación y desarrollo profesional en el **Centro de Capacitación y Desarrollo** (TDC Training Development Center). En 2006 entrenamos a 250 mil usuarios.

En la actualidad, este programa ofrece 5.000 horas en 5.794 cursos, que abarcan desde informática hasta conocimientos generales sobre negocios.

250.000

usuarios (empleados y asociados) capacitados

Para nuestros empleados y asociados este Centro de Aprendizaje es una forma de actualizar sus conocimientos y continuar avanzando en sus carreras con la comodidad de poder acceder al él en cualquier momento y desde cualquier lugar. Hasta diciembre de 2006, entregamos 430 claves de acceso a asociados y candidatos para poder realizar todos los cursos online.

Para mayor información, ingresar en nuestro sitio Web:

http://www.manpower.com.ar/global_learning_center.asp

5.000

horas de capacitación

5.794

cursos de capacitación

5.2.4 Programa de control de calidad

Contamos con un sistema integral de evaluación de desempeño que promueve, mantiene y controla el buen rendimiento de nuestros asociados, su satisfacción laboral y la calidad de los servicios que prestamos a nuestros clientes.

- **Evaluación de Desempeño del Empleado – El cliente evalúa al asociado.**

Nos permite evaluar el nivel de aproximación y acierto que existe entre el conocimiento, experiencia y habilidades de nuestros empleados y los requerimientos del puesto. Por cada evaluación se realiza una devolución a los asociados, guiándolos y aconsejándolos cuando es necesario.

- **Evaluación de la Calidad del Servicio – El cliente evalúa a Manpower.**

Se realiza por medio de entrevistas personalizadas al cliente, en una reunión con el gerente de oficina local para que el cliente revise y opine sobre la calidad de nuestro servicio. Los resultados, sujetos a auditoría por parte de Casa Central, son compartidos con todos los empleados de la sucursal local. Si corresponde, los empleados de las sucursales locales visitan personalmente a las empresas cliente para mejorar el servicio.

- **El asociado evalúa a Manpower – Evaluación de la Satisfacción Laboral.**

Los asociados evalúan el servicio recibido de parte de Manpower. Realizamos una devolución a todo el personal de la sucursal local. Cuando corresponde, nos contactamos personalmente o por teléfono para resolver problemas conducido por el equipo local.

5.2.5 Comunicación con nuestros clientes



- Realizamos desayunos de trabajo y reuniones individuales con clientes para asesorarlos en aspectos jurídicos del negocio; definir, negociar y acordar los contratos comerciales; o exponer y debatir temas de actualidad vinculados a la actividad de la compañía.

- Asimismo, mantenemos informados a nuestros clientes a través de distintas publicaciones ayudándolos a comprender los diversos aspectos del mercado laboral en constante evolución. Por ejemplo, trabajos de investigación como “Cómo hacer frente a la futura crisis de talentos”.

5.3 Empleados

555 empleados

Distribuidos entre la Casa Central en la Ciudad de Buenos Aires y en las sucursales del interior del país, somos 555 empleados, 37 ejecutivos, 87 mandos medios, 243 comerciales y 188 administrativos que trabajamos bajo diferentes modalidades, ya sea por contratos de tiempo indeterminado o por tiempo parcial, bajo contrato eventual o por contrato a prueba.

5.3.1 Nuestra Visión, Misión y Valores en Recursos Humanos

Visión

Ser el mejor equipo de personas que logren liderar clientes internos y externos motivados, negocios productivos y procesos eficaces.

Misión

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

Valores

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

Nuestra Gente

	2005	2006
Total de Empleados	427	555
Management	35	37
Mandos Medios	60	87
Comerciales	182	243
Administrativos	150	188

5.3.2 Diversidad e Inclusión

Como parte de nuestra política de Recursos Humanos, en cada vacante que se produce consideramos la postulación de personas con discapacidad en igualdad de condiciones que cualquier otro candidato.

Contamos con herramientas de reclutamiento, evaluación de aptitudes y políticas de contratación adaptadas para personas no videntes (en Braille) y disminuidos visuales. Asimismo, hemos incorporado dentro de nuestro equipo de RSC a dos terapeutas ocupacionales, una de las cuales es además intérprete en lenguaje de señas.

Desde 2004 han ingresado 28 personas con discapacidad a nuestra organización, desarrollando funciones administrativas y comerciales. En 2006, 17 candidatos derivados del área de RSC participaron de búsquedas para la compañía, a través de 12 procesos distintos, logrando 7 incorporaciones.



Junto a la Asociación Civil sin fines de lucro **“La Usina- El Cambio en Discapacidad”**, se llevó a cabo por primera vez en una empresa - como instancia activa de promoción de la diversidad -, la muestra **“Encuentros Invisibles. Una realidad, vivila”**. Una experiencia innovadora de integración con el objetivo de generar un espacio de reflexión y auto conocimiento, a través de la exploración y el disfrute de textos literarios de los más destacados escritores contemporáneos. A lo largo de 5 jornadas en nuestra sede central los empleados, clientes y proveedores de Manpower experimentaron el mundo bajo la percepción y guía de personas ciegas.

Asimismo, empleados de todo el país fueron capacitados en “**Concientización en diversidad y reclutamiento de personas con discapacidad**”. A través de este programa se capacitaron **61** personas en **839** horas de capacitación.

En cuanto a género, la participación femenina es muy importante en nuestra fuerza laboral, alcanzando el 57% de nuestro personal, representando a nivel gerencial más del 37% del personal fijo. Contamos con empleados de todas las edades que suman experiencia, iniciativa e innovación a la empresa.



Edad	2005	2006
Hasta 30 años	229	312
De 30 a 50 años	179	223
Más de 50 años	19	20

Género 2005	Mujeres	Hombres
Total Empleados	231	196
Porcentaje Empleados	54%	46%
Nivel gerencial	12	23
Mandos Medios	22	38
Comerciales	126	56
Administrativos	71	79

Género 2006	Mujeres	Hombres
Total Empleados	316	239
Porcentaje Empleados	57%	43%
Nivel gerencial	13	22
Mandos Medios	38	51
Comerciales	176	67
Administrativos	89	99

5.3.3 Programa de Voluntariado “Entrelazados”

Desde 2005 nuestros empleados cuentan con un espacio para desempeñar un rol activo en los programas de RSC, comprometiéndose en tiempo, contactos y conocimientos que enriquecen y aumentan el alcance de las iniciativas.



90
personas “Entrelazadas”

Los voluntarios de Manpower

- Nos capacitamos en temáticas relativas a voluntariado y trabajo social.
- Organizamos y/o dictamos talleres de formación para la empleabilidad y otros temas relacionados.
- Acompañamos a jóvenes en su carrera laboral, postulaciones o primer empleo, guiándolos en la provisión de capacitaciones, compartimos una jornada de trabajo.
- Damos soporte administrativo desde nuestro trabajo (ej. sistematización de bases de datos).
- Generamos vínculos para ampliar la red en cada zona, transfiriendo a las organizaciones sociales el conocimiento del mercado laboral, ayudando a identificar posibles contenidos de formación.
- Participamos en acciones desarrolladas a través de los programas corporativos de la Gerencia de RSC.

Acciones desarrolladas por nuestro voluntariado en 2006



- Trabajamos junto a la **Fundación SES – Sustentabilidad, Educación, Solidaridad**, en la capacitación de voluntarios en juventud, trabajo social y discapacidad, y en la consolidación de una red nacional de voluntarios que puedan contribuir a la empleabilidad y la inserción laboral de personas con discapacidad y jóvenes de bajos recursos.

- **30** voluntarios de RSC de todo el país participaron de las “**III Jornadas de Coordinadores de RSC**”.

- **15** voluntarios participaron del “**I Encuentro Anual**” con las organizaciones sociales que en distintos puntos del país trabajan junto a Fundación SES para avanzar en nuestro programa “**Juntos por los Jóvenes**”.

5.3.4 Capacitación, Formación y Aprendizaje Permanente

Ofrecemos una amplia gama de procesos de formación y desarrollo que creció un 35,5% más durante 2006 para nuestro personal permanente.

Capacitación	2005	2006
Horas de Capacitación	9.420,35	17.825,8

En Casa Central	26%	14%
En Sucursales	74%	86%
Presencial	100%	93%
En Conferencias	0%	7%
Nivel gerencial	2.068	1.092
Mandos Medios	1.743,25	3.764
Comercial	563	1.535
Atención al Cliente	3.245,1	7.008,4
Administrativo	1.801	4.426,4

Capacitados	479	623
Management	41	38
Mandos Medios	72	94
Comercial	23	45
Atención al Cliente	166	215
Administrativo	177	231

Promedio por Persona	19,67	28,61
Management	50,44	28,74
Mandos Medios	24,21	40,04
Comercial	24,48	34,11
Atención al Cliente	19,55	32,60
Administrativo	10,18	19,16

• Capacitación como parte de la inducción

A fin de mejorar el proceso de incorporación de los nuevos ingresantes diseñamos una inducción, que incluye presentación de la empresa, su historia, negocios y servicios; la visión y actividades de RSC, etc. Una parte fundamental de la Inducción es el refuerzo de los principios del Código de Conducta que se realiza luego de la firma del mismo.

Asimismo, las temáticas de la capacitación varían según el puesto y área donde el empleado desempeñará sus tareas. En general esta capacitación incluye: planificación estratégica para gerentes, servicio al cliente interno, management para supervisores y formación para formadores.

Cada empleado que ingresa a la empresa recibe un Manual Instructivo de Seguridad y Salud y luego una evaluación sobre el tema.

• Capacitación en Responsabilidad Social Corporativa

Realizamos una campaña de sensibilización y capacitación en temas de RSC, incrementando así las horas de capacitación en RSC de todo nuestro personal.

En 2006 desarrollamos:

- **6 seminarios-taller** de doble jornada con el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) para nuestros gerentes, 163 empleados y 253 clientes de las distintas regiones del país (Patagonia, Cuyo, Litoral, CABA y GBA, Centro y NOA) para promover aspectos conceptuales y prácticos de las dimensiones de la RSC.

- **3 desayunos de trabajo** con empresas por temática de discapacidad y juventud (en Buenos Aires, Ushuaia y San Juan).

- **1.500 horas de capacitaciones** en temáticas de RSC a nuestros empleados (representando 10% del total de las horas de capacitación de 2006).

- **Jornada Anual de Capacitación** de dos días de duración para 18 Coordinadores Zonales de RSC en temáticas de juventud, discapacidad y voluntariado, junto a Fundación SES.



5.3.5 Programas de RR.HH orientados al desarrollo y a la integración de nuestros empleados



- **Incubadora de Ideas.** Relacionado con la “**creatividad**” y “**estrategia**”, este proyecto es una herramienta orientada a la generación de nuevas ideas para que los empleados de Manpower puedan contribuir con su aporte personal al desarrollo de la empresa.

En 2006 dos empleados fueron reconocidos por sus ideas.

- **El Poder del Cambio.** Es una herramienta relacionada con nuestro atributo de marca “**innovación**”, y está orientada a generar cambios en lo ya existente, cambios radicales o a generar algo nuevo en la organización. El principal objetivo es que cada persona pueda transformarse en un “pequeño agente de cambio”, revisando sus tareas diarias para poder potenciar su trabajo y el de los demás.

- **Intercambio de Recursos Humanos para la integración.** Son visitas estratégicas de intercambio de personas provenientes de diferentes sectores y de diferentes sucursales, con el objetivo de incrementar el conocimiento sobre el trabajo de nuestros compañeros, intensificar la colaboración hacia ellos, haciendo que la comunicación sea más fluida entre todos nosotros. Dos personas de distintas ubicaciones intercambiaron sus roles conociendo los detalles del sector/sucursal en el que estuvieron de intercambio durante un día completo. El intercambio sirvió para conocer de cerca la rutina y el desarrollo de las tareas de otros compañeros y para ampliar el conocimiento de los participantes sobre la empresa y la coordinación e interrelaciones existentes entre los distintos departamentos y las sucursales.

5.3.6 Reconocimiento a los logros de los empleados



- **Programas de Recursos Humanos.** Durante 2006 se premiaron por sus ideas y proyectos novedosos 2 empleados por Incubadora de Ideas y 15 por Poder del Cambio.

- **Concurso de marca.** Premiamos a un empleado por cada atributo (6) porque su accionar cotidiano reflejó los atributos de la marca Manpower.

- **Voluntariado.** Reconocimiento a los voluntarios por sus acciones a través de comunicaciones internas, almuerzos con voluntarios, festejo del Día del Voluntario y regalos como reconocimiento.

5.3.7 Beneficios para los empleados y sus familias

- Entregamos obsequios a los empleados que contraen matrimonio y ante el nacimiento de un hijo.
- Todos los empleados que acceden a un **bonus** o gratificación anual por desempeño o por cumplimiento de objetivos pueden destinar una parte del mismo a **capacitación** recibiendo un importe similar (hasta \$2.000) de parte de la Compañía.
- **Casual Day:** Todos los viernes el personal de la Compañía puede concurrir al trabajo con ropa informal.
- **Almuerzo Aniversario:** Mensualmente se convoca al personal

Representación Sindical:

empleados representados por convenios colectivos de trabajo

2005	421	2006	501
------	-----	------	-----

-que cumple desde 1 a 40 años de trayectoria- a un almuerzo por su aniversario en Manpower. Este evento es adaptado a las particularidades de cada lugar.

- **Fiesta de Fin de Año:** Cada año el personal permanente de las distintas oficinas del país se reúne en Buenos Aires para celebrar el fin de año en conjunto. Este evento -que en la actualidad convoca a más de 600 personas- se realiza a mediados de diciembre y es organizado internamente por un "Comité de Fiesta" interdepartamental. La celebración es también la oportunidad para brindar un reconocimiento especial al personal que cumple 20°, 25°, 30°, 35° y 40° años de antigüedad en la Compañía.



5.3.8 Protagonismo de nuestros empleados en Manpower Argentina

En 2006 realizamos diversos programas de participación de los empleados en los procesos de toma de decisiones.



- **Ciclo de desayunos con el Gerente General de Manpower Argentina.** Realizamos 13 encuentros donde 64 empleados se reunieron con nuestro Gerente General para tratar temas relacionados con el trabajo diario, clientes, negocios en general, funcionamiento de las sucursales, entre otros. Efectuado un seguimiento de los temas más relevantes, pudieron llevarse a cabo las propuestas más viables derivadas de las sugerencias realizadas por empleados en estos encuentros.
- **Encuesta global de clima interno.** Esta encuesta se realiza anualmente a nuestros empleados de todo el país. En base a los resultados obtenidos, detectamos tres focos prioritarios sobre los cuales trabajamos durante el transcurso del año 2006: Capacitación, Desarrollo y Comunicación.

5.3.9 Comunicación interna



Como resultado de la encuesta de clima 2005 y con el objetivo de mejorar las herramientas de comunicación interna y estrechar aún más el vínculo entre todos nuestros empleados, creamos la posición de Responsable de Comunicación Interna, dentro del Departamento de Recursos Humanos. Esta área trabaja estrechamente con el Departamento de RSC y con Prensa y Comunicación Externa (Departamento de Marketing) con el objetivo de alinear y lograr sinergias y unidad en los mensajes que se emiten internamente y externamente. Dentro de las herramientas de comunicación interna se encuentran:

- **Carteleros.** En 2006 realizamos un nuevo diseño y estructura a

las carteleros de Casa Central para alinearnos a la nueva imagen de Manpower y unificar la información que compartimos entre las distintas áreas.

- **"Manpower al Día".** Esta publicación centraliza las comunicaciones de la empresa dirigidas al personal.
- **"Tribuna Manpower".** Revista interna bimensual editada por Manpower Argentina para todos los empleados de la empresa
- **Newsletters.** Uno de noticias comerciales y recursos humanos, que se envía diariamente, y otro, de información interna (eventos de alguna sucursal o departamento, alianzas realizadas, etc.) que puede enviarse hasta cuatro veces al día.
- **"El Buzón".** En 2006 renovamos "El Buzón" abarcando una mayor diversidad de temáticas que incluyen sugerencias, comentarios, preguntas e inquietudes referidas al día a día organizacional.
- **Anuario del Voluntariado.** El 5 de diciembre de 2006 lanzamos la primera edición del "Anuario Entrelazados". En esta publicación se relatan las experiencias vividas por los voluntarios durante el año.
- **Sitio Web de Manpower Argentina.** Con toda la información actualizada de la empresa. www.manpower.com.ar

5.4 Proveedores

Tenemos una gran diversidad de proveedores que suman un total de

1825 empresas en el año 2006.

Los principales bienes y servicios que demandamos de nuestros proveedores son: avisos clasificados, evaluaciones psicotécnicas e industrial para nuestros asociados. Asimismo, los proveedores de informática y los arquitectos son muy importantes para el desarrollo de nuestras sucursales, especialmente este año con la creación del nuevo sector de compras.

Con el ingreso de la empresa **Ruralpower S.A.** a Manpower Argentina, incorporamos nuevos proveedores que nos brindan mercadería, transporte y medicamentos para nuestros asociados.

Proveedores ⁴	2005	2006
Total	1.509	1825
Cotecsud S.A.S.E.	1.325	1549
Benefits S.A.	264	318
Ruralpower S.A.	423	517
Right Management Argentina S.A.*		

Proveedores	2005	2006
Total	\$47.490.486,79	\$69.526.824,39
Cotecsud S.A.S.E.	\$29.293.713,24	\$42.050.521,38
Benefits S.A.	\$5.335.698,54	\$10.474.322,18
Ruralpower S.A.	\$12.861.075,01	\$16.435.045,32
Right Management Argentina S.A.*		\$ 566.935,51

* Right Management Argentina S.A se incorporó a Manpower Argentina en Octubre de 2006.

Proveedores (30% del Total)	
Rubro	Empresa
Avisos Clasificados	Pedro Silvestre
Telefonía Fija	Telecom Telefónica
Telefonía Celular	Movicom Personal Nextel
Medicina Prepaga	Swiss Medical
Seguros	Mapfre
Insumos Librería	Officenet
Telecomunicaciones	BT Argentina
Tickets	Accor Argentina Sodexho Pass
Servicios Financieros	American Express Citibank BBVA
Tecnología	Ciel Computación
Correspondencia	Correo Argentino

5.4.1 Selección y comunicación con proveedores



Buscamos que todas las empresas de nuestra cadena de suministro compartan nuestros valores y cultura empresarial. Así esperamos que nuestros proveedores operen con ética y responsabilidad, y que también se esfuercen por preservar el medioambiente.

En la selección de proveedores, analizamos diferentes alternativas y seleccionamos a aquellas empresas que tengan probada experiencia, precios competitivos y un excelente servicio. Asimismo, realizamos chequeos sobre su situación financiera y legal, según el insumo o servicio que nos suministre.

Para mantenernos comunicados con ellos, creamos un departamento de atención a proveedores para lograr la transparencia en nuestros procesos de compra y mejorar la calidad de los insumos y servicios.

⁴ En este indicador se han computado los proveedores una sola vez, independientemente de que facturen a una o más empresas de Manpower Argentina.

5.5 Comunidad

En Manpower Argentina, hemos asumido un firme compromiso social como integrantes de la comunidad a la que pertenecemos. Trabajamos junto a organizaciones comunitarias, empresas y gobiernos, participando en programas para el desarrollo de recursos humanos e intentando mejorar la calidad de vida de las personas a las que nos acercamos.

Donaciones	2005	2006
Obispado Zárate Campana	14.000	-
Fundación Junior Achievement	2.000	4.600
Fundación SES	70.000	81.000
Fundación Crear Vale La Pena	-	750
Hermanas De La Caridad Cristo	-	2.000
Fundación Inc. Social Sustentable	6.000	-
LALCEC	2.200	-
Fundación Proyecto Emprender	-	2.000
Total	\$94200	\$90350

5.5.1 Programa “Juntos por los jóvenes”

Con el fin de achicar la brecha entre los requerimientos de las empresas y la formación de los jóvenes entre 18 y 30 años y promover la mejora de la empleabilidad, desarrollamos programas de inserción laboral coordinados por nuestras sucursales junto a organizaciones sociales.

Como parte de esta iniciativa, brindamos **Talleres de Trabajo** modulares con una carga horaria de 12 horas, en grupos de 20 jóvenes. Luego los derivamos a nuestra sucursal más próxima para una entrevista laboral y la detección de sus necesidades de capacitación. Nuestros voluntarios hacen el seguimiento de la postulación e inserción laboral de los jóvenes.



Desde 2004 más de 1400 jóvenes de bajos recursos de 40 ciudades de todo el país fueron capacitados.

Durante 2006, involucramos a estudiantes universitarios de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) en nuestros programas de inserción laboral bajo el rol de facilitadores en los talleres de formación, como lo venimos haciendo anualmente desde el año 2004.

Este programa cuenta con la colaboración de 20 aliados, organizaciones sociales y organismos de gobierno que trabajan con nosotros, entre ellas, la Dirección Nacional de la Juventud (DINAJU) del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, la Fundación SES y las organizaciones sociales que a modo de nodos integran su red en 12 localidades de 11 provincias.⁵

Asimismo, esta iniciativa es apoyada por otras empresas con las que hemos firmado convenios de trabajo para articular acciones en común, entre ellas: Grupo y Fundación Minetti (Grupo Holcim), Bodegas Crotta, Autopistas del Sol y Petrobras.

⁵ Fundación Gente Nueva (Bariloche), Manos Solidarias (Cruz del Eje), INCIDE (Córdoba y Villa María), Otras Voces (Neuquén), Nuevos Caminos (San Fernando), Crear Vale la Pena (Boulogne), Crear desde la Educación Popular (La Plata, Avellaneda y Quilmes), ASEM (Mendoza), Granja Siquem (Río Cuarto), Centro Ecueménico Porriajhú (Rosario), Asociación Civil por los derechos del niño y Adolescente (Gualedaychú).

Los procesos de formación están centrados en:

- El valor del trabajo.
- Actitud a la hora de buscar un empleo.
- Requerimientos del mercado laboral formal.
- Definición del perfil laboral.
- Herramientas para la búsqueda de empleo.
- Actitudes en el trabajo para el correcto desempeño en el ámbito empresarial.
- Capacitación inicial en seguridad e higiene laboral.
- Acompañamiento en la integración e inclusión social, con eje puesto en el trabajo como organizador.

5.5.2 Con alcance a Refugiados

En noviembre de 2006, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires se convirtió en la "primera ciudad de América Latina solidaria con los refugiados".

En el marco de esta iniciativa y basándonos en uno de nuestros cuatro pilares de RSC, desde el departamento de RSC comenzamos a interiorizarnos en esta temática y a dictar talleres de orientación laboral para el logro de oportunidades de empleo a personas refugiadas. Realizamos estas actividades junto a la Oficina Regional del **Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR)**, y la **ONG Myrar - Migrantes y refugiados en Argentina**. De esta forma pudimos canalizar el conocimiento de la empresa en el trabajo con jóvenes de bajos recursos y el trabajo de voluntariado

"Juntos por los jóvenes" en números

- 44 talleres de inserción laboral.
- 92 encuentros de capacitación.
- 583 jóvenes capacitados.
- 150 jóvenes entrevistados para acceder a un empleo.
- 15 jóvenes accedieron a un empleo.
- 28 sucursales Manpower involucradas en este programa.
- 48 voluntarios Manpower participando.
- 15 estudiantes universitarios como facilitadores.

en un proceso que permitió seguir concientizando a nuestro personal acerca de la necesidad de trabajar por un mercado laboral inclusivo. En las actividades realizadas en 2006, 6 voluntarios de Manpower capacitaron a 40 jóvenes refugiados africanos y latinoamericanos, de los cuales 2 personas obtuvieron un empleo en empresas cliente.



5.5.3 Programa "Aliados en Educación y Trabajo"

Con el fin de desarrollar una población de estudiantes y graduados lo suficientemente capacitada para trabajar, colaboramos con la comunidad educativa a través de alianzas con universidades y escuelas técnicas de todo el país.

Compartimos a través de nuestra gente el conocimiento sobre la demanda de las empresas y las principales tendencias que delinearán el futuro del trabajo.

- **Universidad del CEMA.** Presentación sobre "la Vinculación entre el Colegio, la Universidad y el Mundo Laboral". Participaron nuestro Gerente de Manpower Professional y la Gerente de Operaciones.
- **Escuela Técnica N°1 "Nuestra Señora de las Mercedes".** Desarrollo de talleres vinculados a la búsqueda de empleo, acceso a la base de datos de los graduados, intercambio de información y publicaciones de interés común, visitas a la escuela de representantes de servicios de Manpower.
- **Universidad Tres de Febrero.** Firmamos un acuerdo Marco de Cooperación, presentado por nuestro Subgerente general.
- **Universidad de la Marina Mercante.** Seminario "¿Cómo obtener un empleo?", en donde aportamos estrategias de inserción laboral y brindamos información de cómo elaborar un curriculum vitae, selección de personal, procesos de entrevistas y marketing personal. El

- seminario estuvo a cargo de la Supervisora de la Sucursal de Salta.
- **Universidad Siglo XXI, Córdoba.** Charlas a alumnos sobre la evolución del trabajo en Córdoba, los procesos de búsqueda de empleo y la situación actual del mercado laboral en la provincia.
- **Escuela "Nuestra Luz".** 15 jóvenes de esta escuela de educación especial participaron en el mes de diciembre de una charla sobre el futuro laboral, para en 2007 poder formar parte de nuestros talleres de formación laboral.

1.000 estudiantes capacitados en educación y trabajo

5.5.4 Programa “Oportunidades para todos”

A través de este programa buscamos:

- Promover la integración y la diversidad en el mundo del trabajo, contribuyendo al conocimiento sobre la discapacidad.
- Propiciar oportunidades laborales para las personas con discapacidad y mejorar su empleabilidad.
- Proveer asesoramiento y capacitación profesional a las empresas a través de especialistas en la temática.

Para eso, trabajamos de la siguiente manera:

- Identificamos y asesoramos empresas interesadas en la integración laboral.
- Identificamos actividades y ocupaciones que pueden ser cubiertas por personas con discapacidad.
- Administramos talleres de inserción laboral adaptados por tipo de discapacidad.
- Administramos entrevistas y evaluaciones para ampliar la base de datos y detectar necesidades de capacitación en los candidatos.

Asimismo, nuestro compromiso con la inserción laboral de las per-

sonas con discapacidad, nos ha llevado a realizar otras acciones:

- Trabajamos, en articulación con organismos del Estado a nivel nacional, provincial y municipal, como la Dirección de Discapacidad del Municipio de Pilar (Provincia de Buenos Aires) y la COPINE (Comisión para la plena Participación e Integración de las personas con Necesidades Especiales) para contribuir al desarrollo de un mercado laboral más diverso y abarcativo.

- Somos miembros fundadores del **Club de Empresas Comprometidas**, junto a la Oficina de Empleo de la Unidad para Personas con Discapacidad del Ministerio de Trabajo de la Nación y otras empresas.

- Junto a “La Usina” apoyamos y patrocinamos **“Encuentros Invisibles”**, evento realizado en Rosario, Mendoza y Casa Central, donde participaron 178 empleados, proveedores, ONGs y clientes.
- El 31 de agosto de 2006, nuestra Gerente de RSC, presentó este programa en la Jornada sobre Empleo y Discapacidad, “Hacia el cumplimiento de la ley en el sector público” en la Cámara de Diputados de la Nación.



- En 3 años más de 210 personas con discapacidad obtuvieron un empleo en 30 empresas clientes.

- Desde 2005 más de 600 ejecutivos de empresas clientes fueron capacitados en diversidad e inclusión.

5.5.5 Programa “Huella Solidaria”



Dentro del panorama de pobreza de muchas áreas rurales de nuestro país, las problemáticas sanitarias constituyen una de las principales amenazas para la empleabilidad de los trabajadores rurales. En particular, el “Mal de Chagas” es una verdadera epidemia que afecta a más de tres millones de argentinos.

Por eso en 2006 por el impulso del personal de Manpower vinculado al negocio agroindustrial, pusimos en marcha **“Huella Solidaria”**, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales.

En este marco y alineados con uno de los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas para Argentina, realizamos con el apoyo de la Unidad de Negocio Agroindustrial y la Sucursal de Santiago del Estero, talleres y acciones de concientización sobre temáticas sanitarias, con énfasis en esta enfermedad, para los trabajadores rurales y sus familias en el Departamento de Atamisqui (Santiago del Estero).

70 trabajadores rurales participaron en talleres de capacitación

Desarrollamos esta iniciativa junto a organizaciones de la sociedad civil y de gobierno con sólidos conocimientos en la temática y en las problemáticas sociales de Santiago del Estero: el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas – CONICET, el Instituto Nacional de Parasitología “Dr. Fátala Chabén” y la Fundación Mundo Sano.

Además, trabajamos en la implementación de sistemas de incentivos y premios no monetarios para los trabajadores rurales que se capacitan en temáticas sanitarias. Como complemento, canalizamos donaciones realizadas por nuestros empleados para las escuelas de estas comunidades y, con nuestros voluntarios, ayudamos a mejorar la infraestructura de las comunidades.

El trabajo de los voluntarios en 2006 logró que se recolectaran en 4 semanas una tonelada de artículos para colaborar con cuatro escuelas rurales del Departamento de Atamisqui. Nuestros 15 voluntarios compartieron durante 2 jornadas, actividades con los trabajadores rurales y sus familias.

También donamos mobiliario en desuso y computadoras para programas de reciclado de PC, a organizaciones sociales locales.

Escuelas Beneficiadas del Departamento de Atamisqui, Santiago del Estero

- Escuela Madre Teresa de Calcuta, Soconcho (200 alumnos)
- Escuela N° 430 "Apolinaria de Castaño", Boquerón (93 alumnos)
- Escuela N° 346 "Dora A.P. de Barraza", Yacu Chiri (132 alumnos)
- Escuela N° 717, Puerta Grande (150 alumnos)



5.5.6 Prevención del Trabajo Infantil

Somos miembro adherente de la Declaración en contra de Trabajo Infantil del Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC) de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en Argentina enmarcada en el programa **"Adopción de una declaración contra el trabajo infantil en Argentina: Una respuesta concreta de las empresas líderes"**.

Durante 2006 colaboramos con la iniciativa de Bodegas Chandon denominada **"Educar en Vendimia"** donde se financiaron acti-

vidades deportivas y artísticas para los hijos de los cosechadores que habitualmente concurren con sus padres a las viñas. Hubo desayuno, refrigerio y almuerzo en el hotel Turismo de Tupungato y se contó con servicio médico para el control de los niños.

Durante 2006 tuvimos un rol activo en la conformación de la **Red de Empresas contra Trabajo Infantil** a instancias de la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) del Ministerio de Trabajo de la Nación.

5.6 Medioambiente

En Manpower Argentina, creemos en el respeto y la consideración por el medioambiente y nos estamos esforzando por reducir el impacto que generamos, disminuyendo el consumo de energía y los desechos.

5.6.1 Reciclado de papel



Desde el año 2004 participamos en el Programa de Reciclado de la Fundación Hospital de Pediatría Pr. Dr. Juan Garrahan. Este proyecto busca obtener recursos económicos para apoyar el desarrollo integral de dicho Hospital.

A diciembre de 2006 hemos donado más de 7 toneladas de papel provenientes de nuestra Casa Central y sucursales de Capital Federal, Villa Martelli, San Isidro, San Martín, Rojas y Pergamino.

En 2006 reciclamos 1.555 Kg. de papel

5.6.2 Uso racional de la energía

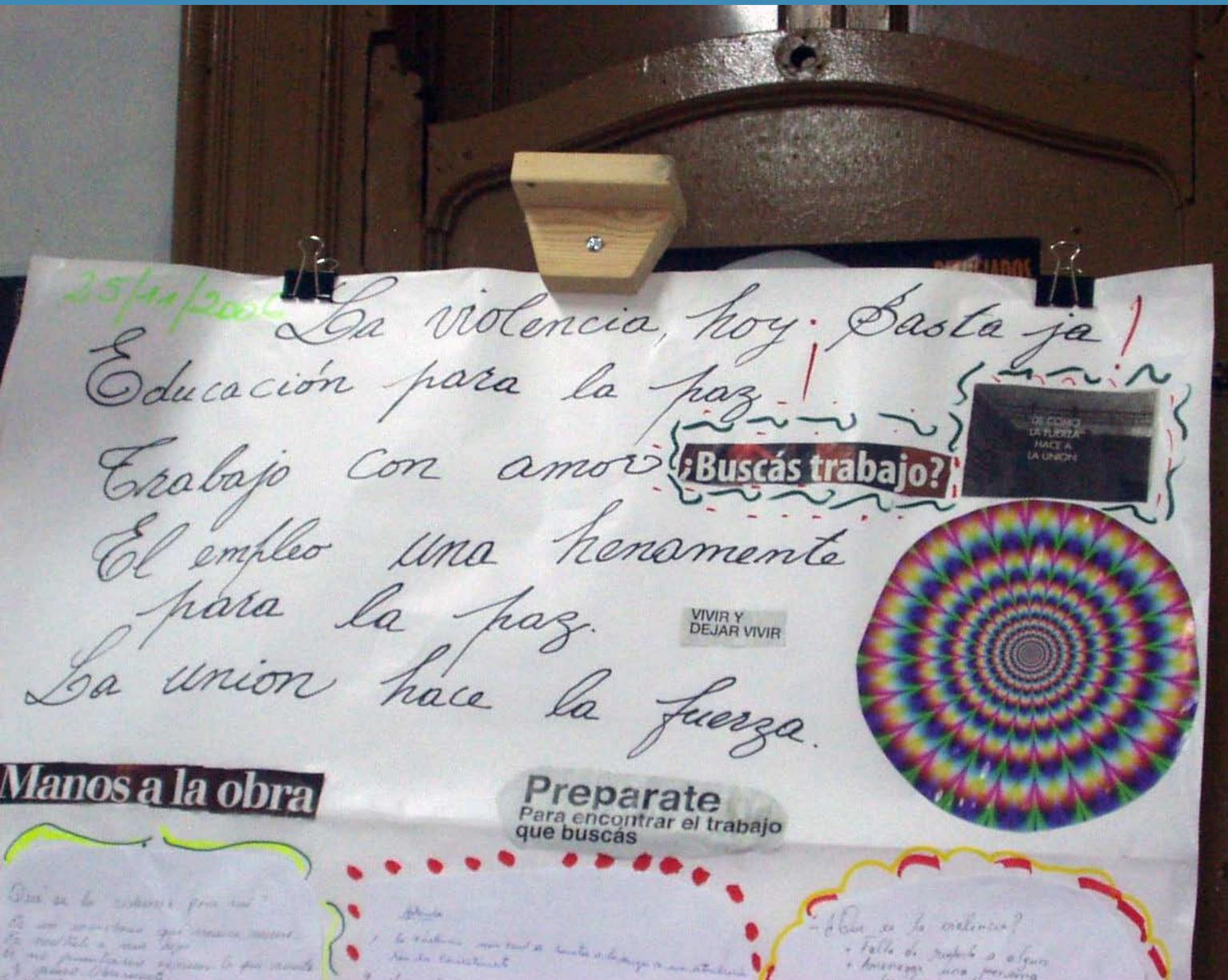
Tenemos un programa de uso racional de la energía en todas las oficinas del país. Para su implementación y monitoreo seleccionamos referentes por sucursal y por piso en Casa Central, quienes fueron capacitados como responsables del monitoreo del plan.

El buen uso de la energía estuvo basado en las siguientes actividades:

- **Luces apagadas cuando no sean necesarias:** en algunos casos se instalaron sensores de movimiento en áreas comunes de poco tránsito.
- **Carteles luminosos** de Manpower Argentina que se apagan en horarios "no visibles".
- **Ahorro en energía de equipos de aire acondicionado:** se mantienen a temperaturas recomendadas, apagándolo por las noches y fines de semana.
- Apagar todos los **monitores, fotocopiadoras, y máquinas expendedoras** de bebidas fuera del horario laboral.

/06

Desafíos



Con nuestros clientes y asociados



- Crear una nueva intranet para Manpower Argentina.
- Re-diagramar las páginas Web corporativas de Manpower y Manpower Professional.
- Abrir nuevas sucursales en la Ciudad de Buenos Aires y en el interior del país.

“En Manpower estamos atentos a los cambios que se vienen y preparados para actuar de modo de ayudar a las empresas a triunfar en el cambiante mundo laboral. Esto lo logramos estando cerca de nuestros clientes y realizando investigaciones para saber la tendencia en cada mercado” – **Eduardo March, Subgerente General de Manpower Argentina.**

Con nuestros empleados



- Programa Equidad y Género. Será una iniciativa focalizada en el equilibrio vida laboral y familiar para las empleadas madres. Entre las actividades proyectadas para 2007 se incluirán desayunos con este colectivo, para debatir posibles propuestas superadoras de dificultades de modo de avanzar activamente en la promoción de la flexibilidad y equidad laboral.
- Jornadas Anuales de Capacitación para los voluntarios. En 2007 desarrollaremos temáticas relativas a Discapacidad y Juventud.
- Capacitación de RSC a los empleados.
- Beneficios en instituciones educativas.

Con nuestros proveedores

- Desarrollo de un documento que formalice el procedimiento de selección de nuestros proveedores y detalle las condiciones recíprocas de cada operación.
- Promoción de la RSC en nuestra cadena de valor:
 - Firma de documentos para alinear a los proveedores a la visión de RSC de la empresa: Carta de Adhesión al Código de Conducta Manpower, Pacto Global de Naciones Unidas, Principios de Atenas y Declaración contra el Trabajo Infantil.
 - Promoción de espacios de diálogos. La firma de los documentos será promovida en un espacio de diálogo donde se priorizará la escucha activa de nuestros proveedores.
 - Programa de Desarrollo con Proveedores de zona rural con el objetivo de mejorar la situación de los proveedores que desempeñan sus tareas principalmente de forma informal.
 - Promoción de políticas de Diversidad e Inclusión. Talleres de Diversidad (discapacidad) en Manpower para este público, propiciando el surgimiento de nuevas oportunidades de empleo dentro de nuestro programa “Oportunidades para Todos”. Buscaremos promover la participación en nuestro programa de Jóvenes, como ocasión concreta de práctica de la RSC y voluntariado para las PyMEs; evaluando oportunidades de empleo y espacios de capacitación en oficios para los jóvenes en sus empresas.



Con la comunidad

- Acercarnos aún más a los jóvenes de bajos recursos, las personas con discapacidad y los trabajadores rurales; comprender sus problemáticas y trabajar para contribuir a mejorar sus condiciones de vida.
- Apoyar el 1° Congreso Iberoamericano de Síndrome de Down organizado por la Asociación Argentina de Síndrome de Down (ASDRA) e insertar a 30 personas con discapacidad mental.
- Difundir nuestro compromiso con la equidad de género en el mercado laboral, la conciliación de la vida familiar y laboral - en particular del personal femenino.
- Firmar una Carta de Intención con la Oficina Regional del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, con el objetivo de formalizar un acuerdo que pueda dar visibilidad a la temática y sentar las bases de un trabajo permanente entre ambas organizaciones a partir de 2007.



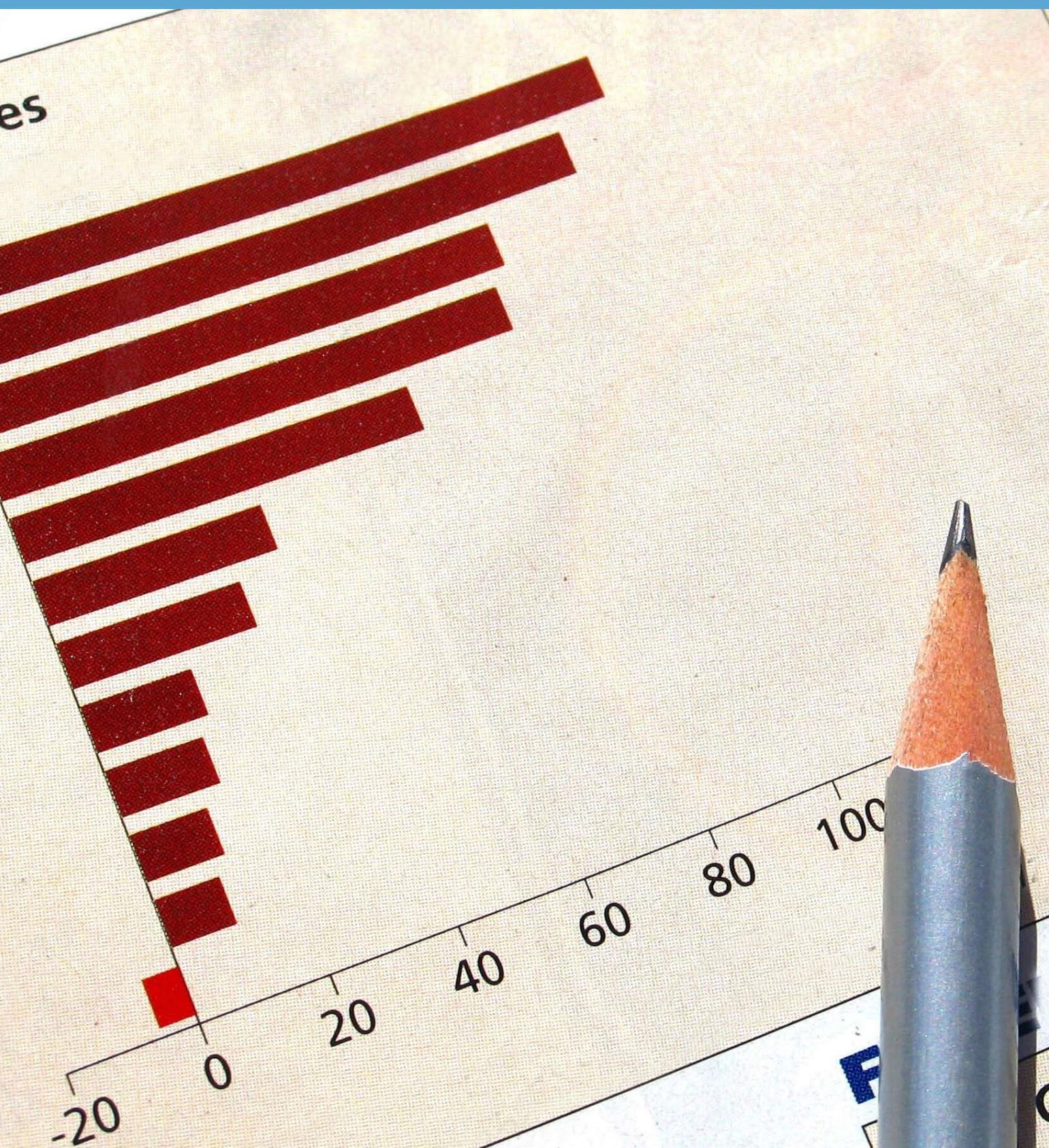
Con el medioambiente



- Realizar un estudio estadístico de los consumos con el fin adoptar medidas correctivas que deriven en ahorros energéticos y económicos.
- Desarrollar del Programa de Uso Racional de a Energía para optimizar los parámetros de energía eléctrica.

/07

Tabla de Contenidos e Indicadores GRI



En la siguiente tabla se informan las secciones de este Reporte donde se han seguido los lineamientos de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative -GRI, G3, Guía 2006). Las posibles aclaraciones están especificadas con llamadas al pie de la misma.

En este Reporte hemos aplicado la tercera generación de lineamientos GRI, llamada "G3", que fue elaborada con participación "multi-stakeholder" lo que la ha dotado de una amplia credibilidad y de mayor rigurosidad como herramienta de rendición de cuentas.

Para más información: www.globalreporting.org

Aclaraciones:

- **N/D:** Significa no disponible durante el período de elaboración de este Reporte de RSC. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos Reportes.
- **N/A:** Significa que no aplica a las actividades de la empresa.
- **Notas:** Al pie final de la tabla

1. Visión y estrategia		Sección
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1.1
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 4.2, 3 y 6
2. Perfil		
Perfil de la organización		
2.1	Nombre de la organización.	2.1
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	2.1, 2.3, 2.4
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.	2.5
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	2.1
2.5	Nº de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la Memoria.	2.1
2.6	Naturaleza de la propiedad; forma jurídica.	2.1
2.7	Mercados servidos.	2.3
2.8	Dimensiones de la organización informante.	2.1, 2.2
2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por la Memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	2.1
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	4.7
3. Parámetros de la Memoria		
Perfil de la Memoria		
3.1	Período cubierto por la información contenida en la Memoria.	1.3.1
3.2	Fecha de la Memoria anterior más reciente.	1.3.1
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	1.3.1
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la Memoria o su contenido.	9
Alcance y cobertura de la Memoria		
3.5	Proceso de definición del contenido de la Memoria.	1.3.2
3.6	Cobertura de la Memoria.	1.3.1
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la Memoria.	1.3.1
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	2.1
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la Memoria.	1.3, 8
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	n/a
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la Memoria.	n/a

Índice del contenido GRI

3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la Memoria.	8
------	---	---

Verificación

3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la Memoria. Si no se incluye en el Informe de Verificación en la Memoria de Sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	n/a
------	--	-----

4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés

Gobierno

4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	2.6.1
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	(1)
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	n/d
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	5.3.8
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	n/d
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	2.6.3
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	n/d
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	2.4, 2.6.2, 4.1, 4.2, 5.3.1
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	n/d
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	n/d

Compromisos con iniciativas externas

4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	n/d
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	4.5, 5.5
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	4.5

Participación de los grupos de interés

4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	5.1
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	5.1
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	n/d
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la Memoria.	n/d

Indicadores de Desempeño Económico

Desempeño económico

EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	2.2, 5.5
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	n/d
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	(2)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	(3)

Presencia en el mercado

EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	n/d
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	n/d
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	n/d

Impactos económicos indirectos

EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	5.5
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	n/d

Indicadores de Desempeño Social: Prácticas Laborales y Trabajo Decente

Empleo

LA1 (P)	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	5.3
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	n/d
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	(4)

Relaciones empresa/trabajadores

LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	5.3
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	n/d

Salud y seguridad en el trabajo

LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	n/d
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	n/d
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	5.5.5
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	n/a

Formación y educación

LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	5.3.4
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	5.2.3, 5.3.4, 5.3.5, 5.3.6
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	5.2.4

Diversidad e igualdad de oportunidad

LA13 (P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	5.3.2
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	n/d

Indicadores de Desempeño Social: Derechos Humanos

Prácticas de inversión y abastecimiento

HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	n/d
HR2 (P)	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	n/d
HR3 (A)	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	3, 5.2.1, 5.3.4

No discriminación

HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	n/d
---------	---	-----

Libertad de asociación y convenios colectivos

HR5 (P)	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para espaldar estos derechos.	n/d
---------	---	-----

Explotación infantil

HR6 (P)	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	4.5.3, 5.5.6
---------	--	--------------

Trabajos forzados

HR7 (P)	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	n/d
---------	---	-----

Prácticas de seguridad

HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	n/a
---------	--	-----

Derechos de los indígenas

HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	n/a
---------	---	-----

Indicadores de Desempeño Social: Sociedad

Comunidad

SO1 (P)	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	5.5
---------	---	-----

Corrupción

SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	n/d
---------	--	-----

SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	2.6.2, 5.3.4
---------	--	--------------

SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	n/d
---------	--	-----

Política pública

SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	n/d
---------	---	-----

SO6 (A)	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	(5)
---------	---	-----

Comportamiento de competencia desleal

SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	n/d
---------	--	-----

Comportamiento normativa

SO8 (P)	Valor monetario de sanciones y multas significativas y nº total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	n/d
---------	--	-----

Indicadores de Desempeño Social: Responsabilidad del Producto

Salud y seguridad del cliente

PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	5.2.2
---------	---	-------

PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	n/a
---------	--	-----

Etiquetado de productos y servicios

PR3 (P)	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	n/a
---------	--	-----

PR4 (A)	Nº total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	n/a
---------	--	-----

PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	5.2.4
---------	--	-------

Comunicaciones de marketing

PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	(6)
---------	--	-----

PR7 (A)	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	n/d
---------	--	-----

Privacidad del cliente

PR8 (A)	Nº total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	n/d
---------	---	-----

Cumplimiento normativo

PR9 (P)	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	n/d
---------	--	-----

Indicadores de Desempeño Medioambiental

Materiales

EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	n/d
---------	--	-----

EN2 (P)	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	5.6.1
---------	---	-------

Energía

EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	n/d
---------	--	-----

EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	n/d
---------	--	-----

EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	n/d
---------	--	-----

EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	n/d
---------	--	-----

EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	5.6.2
---------	---	-------

Agua

EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	n/d
---------	--------------------------------------	-----

EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	n/a
---------	---	-----

EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	n/d
----------	---	-----

Biodiversidad

EN11 (P)	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	n/a
----------	---	-----

EN12 (P)	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	n/a
----------	---	-----

EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	n/a
----------	------------------------------------	-----

EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	n/a
----------	---	-----

EN15 (A)	Nº de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyas hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	n/a
----------	--	-----

Emisión, vertidos y residuos

EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	n/d
----------	--	-----

EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	n/d
----------	---	-----

EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	n/d
----------	---	-----

EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	n/d
----------	---	-----

EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	n/d
----------	--	-----

EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	n/a
----------	---	-----

EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	n/d
----------	---	-----

EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	n/a
----------	---	-----

EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	n/a
----------	--	-----

EN25 (A)	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	n/a
Productos y servicios		
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	n/d
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reclamados al final de su vida útil, por categorías de productos.	n/a
Cumplimiento normativo		
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	n/d
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal.	n/d
General		
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	n/d

- (1) El presidente del Directorio no ocupa una posición ejecutiva en Manpower Argentina.
- (2) Manpower Argentina no cuenta con Programas de Retiro para los empleados.
- (3) Manpower Argentina no recibe ayuda financiera del gobierno.
- (4) Manpower Argentina no hace diferenciación entre empleados permanentes y temporarios con respecto a los beneficios sociales.
- (5) Manpower Argentina no realiza aportes a partidos políticos o instituciones relacionadas.
- (6) Manpower Argentina no está adherida a estándares y códigos voluntarios de comunicación y publicidad.

Nivel de Aplicación de GRI-G3 reportado

Nivel de aplicación	C	C+	B	B+	A	A+
Auto declaración						
Verificación Externa		Informe verificado externamente		Informe verificado externamente		Informe verificado externamente
Verificación GRI						

Declaración de Independencia, imparcialidad y competencia de ReporteSocial.com

ReporteSocial.com es un emprendimiento independiente de profesionales especializados en Responsabilidad Social Empresaria (RSE), cuya misión es promover e impulsar la RSE y su incorporación en la gestión integral de las empresas. El equipo de trabajo tiene conocimientos teóricos y experiencia práctica en el desarrollo de Sistemas de Gestión de RSE, Comunicación Interna y Externa de RSE, Desarrollo de Capacitaciones en RSE, Definición de Estrategias de RSE, Diálogos con los Grupos de Interés y Elaboración de Reportes Sociales, entre otros temas relacionados. ReporteSocial.com ha realizado el diseño y desarrollo del Proceso de Elaboración del primer Reporte de Responsabilidad Social Corporativa de Manpower Argentina y la aproximación al Informe de

Materialidad. Se nos ha suministrado la información solicitada para cumplir con los lineamientos de la Global Reporting Initiative, sin que esto haya incluido la verificación de la misma por nuestra parte. Nuestro equipo de profesionales no está involucrado, ni lo ha estado, en otros proyectos comerciales con dicha empresa o sus grupos de interés, que pueda implicar un conflicto de interés. Por lo tanto, se considera que este trabajo ha sido realizado por un ente independiente e imparcial. Más información sobre ReporteSocial.com en www.reportesocial.com Para contactar al equipo de ReporteSocial.com escribir a info@reportesocial.com

/08

Pacto Global de Naciones Unidas - COP



Comunicación para el Progreso del Pacto Global de Naciones Unidas

Manpower Argentina integró activamente el grupo promotor de Pacto Global de Naciones Unidas en Argentina desde sus inicios a fines de 2003, hasta la conformación de la Mesa Ejecutiva en Junio 2005. Desde entonces formamos parte de ese cuerpo de gobierno, como miembros suplentes hasta Junio de 2007.



La publicación de la Comunicación sobre el Progreso para 2006 fue realizada a fines de ese año. No obstante, en este Reporte de RSC 2006 incluimos la siguiente tabla que relaciona los indicadores de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, identificando para cada caso la sección en la cual fueron reportados.

Principios del Pacto Global	Indicadores GRI – G3		Sección del Reporte
	Relevancia Directa	Relevancia Indirecta	
Derechos Humanos			
Nº 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos	HR1-9	LA4, LA13, LA14; SO1	3, 5.2.1, 4.5.3, 5.3, 5.5
Nº 2. No ser cómplice de abusos de los derechos	HR1-2, HR8		(*)
Condiciones laborales			
Nº 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva	HR5; LA4, LA5		5.3
Nº 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio	HR7	HR1-3	3, 5.2.1, 5.3.4
Nº 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil	HR6	HR1-3	3, 5.2.1, 5.3.4, 4.5.3, 5.5.3
Nº 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación	HR4; LA2, LA13, LA14	HR1, 2; EC5, EC7; LA3	5.3.2
Medioambiente			
Nº 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales	4.11	EC2	(**)
Nº 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental	EN2, EN5-7, EN10, EN13-14, EN18, EN21-22, EN26-27, EN30	EC2; EN1, EN3-4, EN8-9, EN11-12, EN15-17, EN19-20, EN23-25, EN28-29; PR3-4	5.6
Nº 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente	EN2, EN 5 - 7, EN10, EN 18, EN26-27		5.6
Anti-corrupción			
Nº 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad	SO2-4	SO5-6	2.6.2, 5.3.4

(*) En 2007 Manpower Argentina realizará un Programa de Promoción de la RSC en su cadena de valor en la que incluyen cláusulas de Derechos Humanos.

(**) En 2007 Manpower Argentina realizará un estudio estadístico de los consumos de energía con el fin de adoptar medidas correctivas.

/09

Lo escuchamos



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

Ud. puede enviar este formulario por Fax al +54 11 5550 6698 (interno 7708), por correo electrónico, a rsc@manpower.com.ar o por correo a: Manpower | Maipú 942 21°, Buenos Aires (C1006ACN). Argentina



1. ¿Qué cantidad de información ha leído de este informe?

- Toda
 Una parte
 La mayor parte

2. ¿A qué grupo de interés pertenece Ud.?

- Cliente
 Empleado
 Asociado
 Proveedor
 Comunidad

¿Cómo evalúa al Reporte de RSC 2006 en los siguientes contenidos:

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
--	------	---------	-------	-----------

Opinión general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilidad de la información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redacción y lenguaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Opina que la información reportada en los siguientes capítulos es:

	Insuficiente	Suficiente	Excelente
--	--------------	------------	-----------

Introducción – Carta del Presidente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introducción – Carta de la Gerente de RSC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criterios de elaboración del Reporte RSC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perfil de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Responsabilidad Social Corporativa en Manpower Argentina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes y asociados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medioambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tabla de Indicadores GRI – G3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicación sobre el Progreso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otros Comentarios sobre el Reporte de RSC 2006:

.....

.....

.....

.....

.....

Nombre y Apellido:

.....

Dirección:

.....

Localidad:

Provincia:

País:

.....

Teléfono:

Correo electrónico:

Organización:

.....



Manpower®

Proceso de Elaboración del Reporte de RSC

Coordinación General:

Gerencia de Responsabilidad Social Corporativa

Manpower Argentina

www.manpower.com.ar

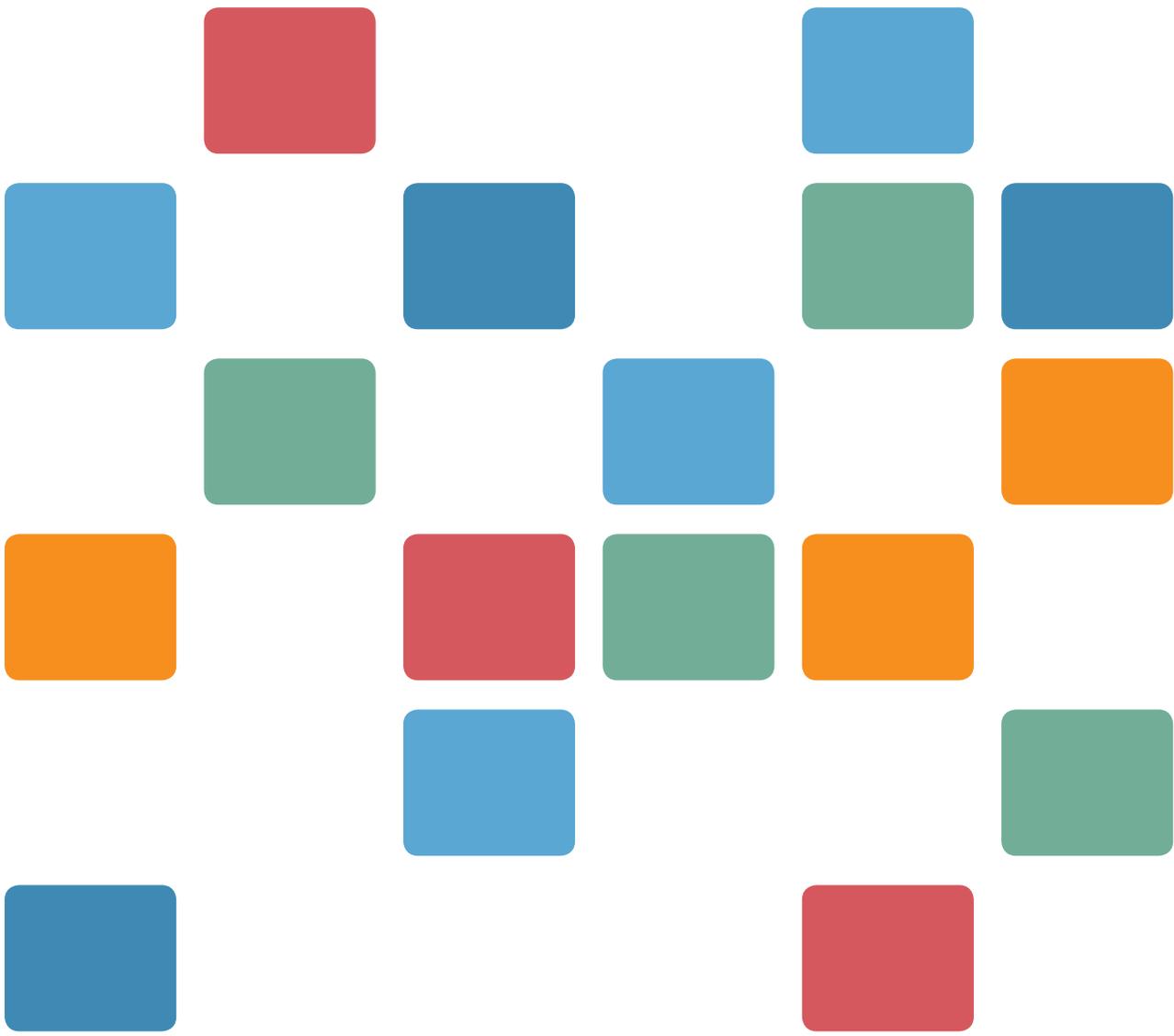
Facilitadores Externos:

ReporteSocial.com

Responsables de Edición e Impresión:

Feedback - PR

www.feedback-press.com.ar



Manpower®