

# Reporte de Sustentabilidad 2018-2019

ManpowerGroup LATAM



ManpowerGroup





## INDICE

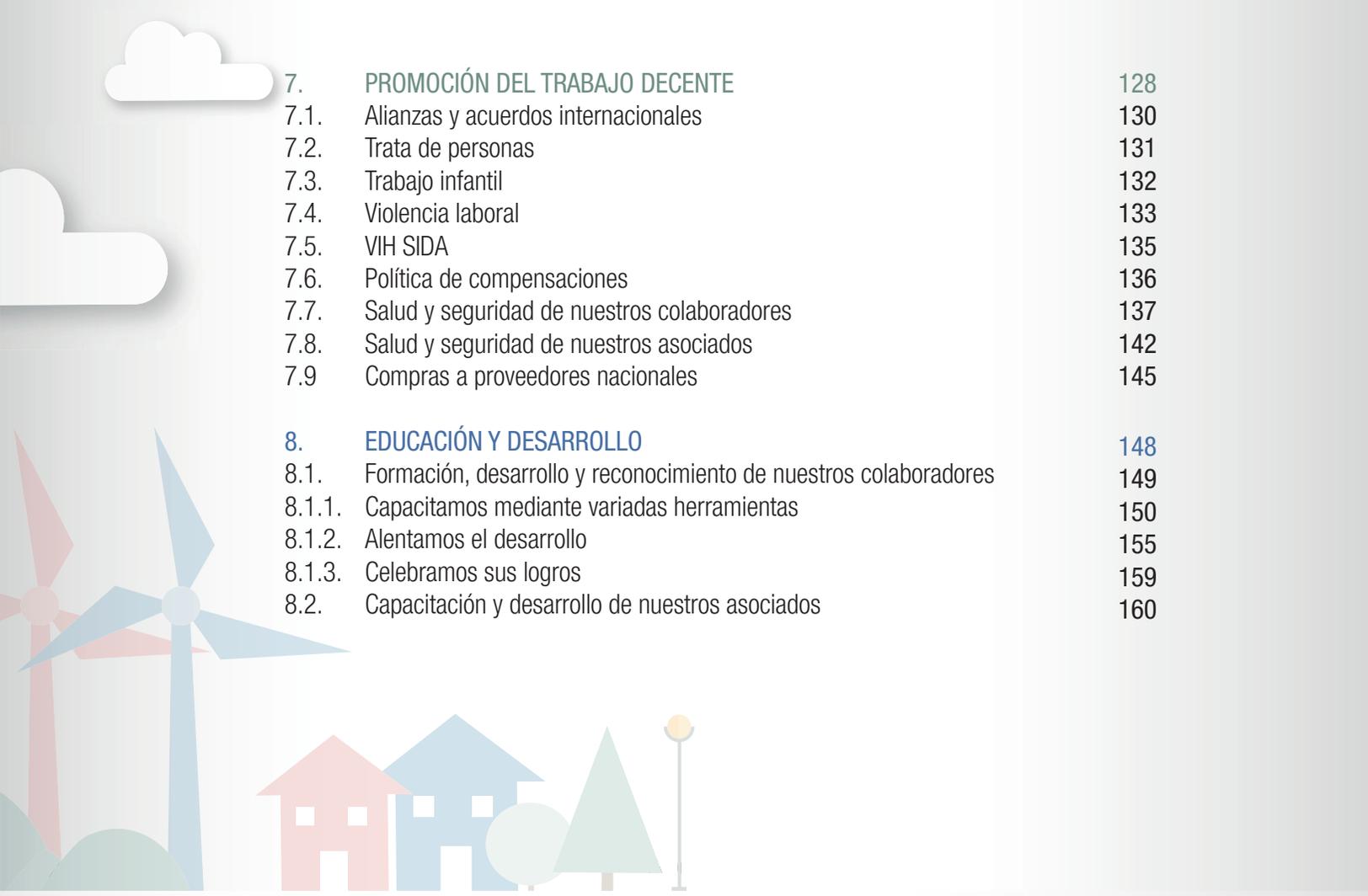
Alcance del Reporte y lineamientos utilizados:

<b>1.</b>	<b>MENSAJE DE MÓNICA FLORES BARRAGÁN</b>	<b>8</b>
<b>2.</b>	<b>PERFIL</b>	<b>9</b>
2.1.	Acerca de ManpowerGroup LATAM	12
2.2.	Nuestras marcas	14
2.3.	Principios corporativos	15
2.4.	Reconocimientos y certificaciones	16
<b>3.</b>	<b>SUSTENTABILIDAD EN MANPOWERGROUP</b>	<b>21</b>
3.1.	Estrategia de sustentabilidad	22
3.2.	Indicadores clave en materia de sustentabilidad	24
3.3.	Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030	25
<b>4.</b>	<b>GOBIERNO CORPORATIVO</b>	<b>26</b>
4.1.	Estructura de gobierno	27
4.2.	Coordinación de la gestión de sustentabilidad	28
4.3.	Experiencia de los CEOs y Country Managers	29
4.4.	Características del Comité de Dirección	38



<b>5.</b>	<b>DIÁLOGO Y CONCIENTIZACIÓN</b>	<b>42</b>
5.1.	Alianzas estratégicas	47
5.2.	Herramientas de comunicación interna	53
5.3.	Encuesta de Clima Laboral	56
5.4.	Diálogo con nuestros proveedores	59
5.5.	Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor	62
5.6.	Comunicación con nuestros clientes	64
5.7.	Transmitimos el valor de la diversidad a nuestros clientes	67
5.8.	Encuesta de satisfacción de clientes y asociados	68
5.9.	Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados	69
5.10.	Nuestra visión sobre tendencias en el Mundo del Trabajo	74
<b>6.</b>	<b>DIVERSIDAD E INCLUSIÓN</b>	<b>77</b>
6.1.	Voluntariado corporativo	84
6.2.	Género	88
6.2.1.	Nuestras acciones en materia de género	90
6.3.	Personas con discapacidad	97
6.4.	Jóvenes	103
6.5.	Personas refugiadas y migrantes	113
6.6.	Personas mayores de 45 años	119
6.7.	Diversidad sexual	122
6.8.	Conciliación de la vida laboral y personal	123
6.9.	Consultoría en Diversidad e Inclusión	127





<b>7.</b>	<b>PROMOCIÓN DEL TRABAJO DECENTE</b>	<b>128</b>
7.1.	Alianzas y acuerdos internacionales	130
7.2.	Trata de personas	131
7.3.	Trabajo infantil	132
7.4.	Violencia laboral	133
7.5.	VIH SIDA	135
7.6.	Política de compensaciones	136
7.7.	Salud y seguridad de nuestros colaboradores	137
7.8.	Salud y seguridad de nuestros asociados	142
7.9	Compras a proveedores nacionales	145
<b>8.</b>	<b>EDUCACIÓN Y DESARROLLO</b>	<b>148</b>
8.1.	Formación, desarrollo y reconocimiento de nuestros colaboradores	149
8.1.1.	Capacitamos mediante variadas herramientas	150
8.1.2.	Alentamos el desarrollo	155
8.1.3.	Celebramos sus logros	159
8.2.	Capacitación y desarrollo de nuestros asociados	160

<b>9.</b>	<b>ÉTICA y COMPLIANCE</b>	<b>165</b>
9.1.	Gestión de riesgos	167
9.2.	Compliance	170
9.3.	Código de Conducta y Ética Empresarial	171
9.4.	Capacitaciones sobre ética, políticas y procedimientos anticorrupción	172
9.5.	Cumplimiento del marco regulatorio	176
9.6.	Respeto por los derechos de propiedad	177
<b>10.</b>	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS</b>	<b>179</b>
10.1.	Participación política responsable	181
10.2.	Participación activa en instancias de articulación público-privadas	182
<b>11.</b>	<b>AMBIENTE</b>	<b>189</b>
11.1.	Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos	192
11.2.	Uso racional de energía	197
11.3.	Concientización ambiental	201



# Alcance del Reporte y lineamientos utilizados

Esta publicación es el segundo Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup Latinoamérica (LATAM) y fue elaborado de conformidad con los lineamientos de la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés), opción exhaustiva.

Este Reporte comunica el desempeño económico, social y ambiental de los países de la región durante los años 2018 y 2019. Así, continuamos comprometidos con una cultura de rendición de cuentas y de sistematización de información que identifique la contribución al desarrollo sostenible de los países.

De acuerdo con los lineamientos de nuestra casa matriz, presentamos dos documentos que son parte de esta publicación: el Reporte y el Informe Técnico. Por un lado, comunicamos las acciones, gestión y desempeño de ManpowerGroup LATAM en este documento y; por el otro, en un informe técnico complementario describimos el proceso de elaboración y el Índice de Contenidos GRI.

La estructura presentada busca mostrar nuestro compromiso con los grupos de interés, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la agenda mundial a 2030. Además, comunicamos la Estrategia de Sustentabilidad de la compañía con foco en los avances en sus tres pilares.



## Mensaje de Mónica Flores Barragán

### Presidente ManpowerGroup LATAM



Con mucho orgullo presento el segundo Reporte de Sustentabilidad de ManpowerGroup LATAM, en el cual informamos a nuestros grupos de interés nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

En esta publicación presentamos las acciones realizadas en los países de la región y que dan cumplimiento a la Estrategia de Sustentabilidad de ManpowerGroup.

Durante 2018 y 2019 incorporamos nuevas iniciativas y programas de valor social y ambiental, producto de la evolución en la gestión sustentable de nuestras operaciones. Como resultado de este avance, dimos respuesta a una mayor cantidad de indicadores cuantitativos. Estamos muy satisfechos de haber logrado que el Reporte sea de conformidad con los Estándares GRI, alcanzando la Opción Exhaustiva y dando respuesta a la totalidad de indicadores materiales a nuestra organización.

Lanzamos este documento en un momento único para el mundo entero debido a la pandemia generada por el COVID-19. Con gran responsabilidad, en ManpowerGroup

Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 [ManpowerGroup Latinoamérica](#)

hemos estado a la vanguardia al enfrentar esta situación sin precedente; manteniendo nuestro compromiso con los más altos estándares de salud y seguridad, garantizando el bienestar de nuestros colaboradores y asociados, así como de continuidad de las operaciones y las relaciones con nuestro ecosistema. Sin duda, el papel de nuestra organización marca la diferencia y crea valor fomentando el empleo formal.

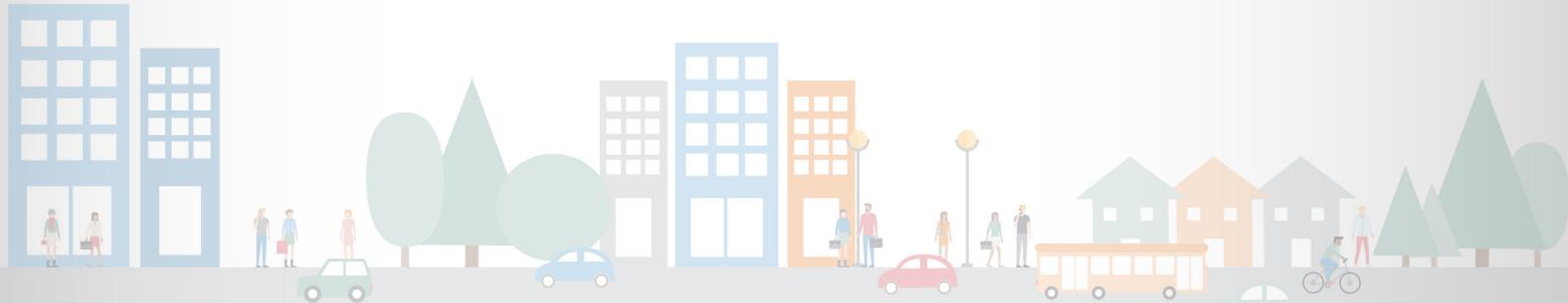
Espero que este documento sea de interés y utilidad para la toma de decisiones en las organizaciones, en tiempos en que estamos separados físicamente, pero más conectados que nunca.

Agradezco la dedicación de los equipos que participaron en el desarrollo de este Reporte, manteniendo el espíritu de nuestro propósito en cada una de las acciones que realizamos, convencidos de que un empleo significativo y sostenible tiene el poder de cambiar el mundo.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MFB'.



# Perfil



# Acerca de ManpowerGroup LATAM



Continuamos posicionándonos como la compañía líder en soluciones de Capital Humano.

Acompañamos a las organizaciones a adaptarse al cambiante mundo laboral.

Generamos oportunidades de empleo y de formación para los participantes de nuestros programas de diversidad e inclusión.

## En 2019:

- 110,982 cantidad de asociados activos al 31 de diciembre 2019
- Somos un equipo de 3,996 personas.
- Estamos presentes en 17 países.
- Atendemos a 7,483 clientes.
- Contamos con 162 sucursales.

Argentina, Brasil, la región de Caribe y Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua - oficina de representación -, Panamá y República Dominicana), Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, México, Paraguay y Uruguay.



# Acerca de ManpowerGroup LATAM

## Nuestro Alcance Geográfico

País	Empleados		Asociados		Clientes		Sucursales	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Argentina	401	367	7,396	7,521	1,257	1,139	28	26
Brasil	246	308	5,768	5,716	394	296	11	10
Caribe y Centroamérica	155	148	7,242	9,060	1,068	582	8	7
Chile	123	122	2,100	2,047	375	425	10	10
Colombia	489	535	13,363	14,068	1,288	1,237	20	26
México	1,632	1,663	65,884	59,839	2,137	2,014	63	66
Paraguay	76	88	1,619	1,600	402	418	3	3
Perú	601	675	12,525	9,655	1,220	822	11	11
Uruguay	89	90	1,169	1,476	416	450	2	3
<b>Total</b>	<b>3,812</b>	<b>3,996</b>	<b>117,066</b>	<b>110,982</b>	<b>8,557</b>	<b>7,483</b>	<b>156</b>	<b>162</b>

# ManpowerGroup en Números



ManpowerGroup en Números	Argentina		Brasil		Caribe y Centroamérica		Chile		Colombia		México		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Resultados Financieros (en millones de dólares)																		
Ventas Totales	97.8	79.5	90.6	89.2	150.0	159.7	35.6	35.9	160.4	171.7	559.8	594.5	17.8	19.7	119.2	144.2	22.8	23.4



Desde Manpower lideramos la provisión de servicios de personal eventual y permanente dando respuestas a miles de clientes que confían en nuestras soluciones. Para ello, contamos con las herramientas de reclutamiento más innovadoras del mercado y una amplia base de talentos con perfiles en toda la región. Brindamos el talento que las organizaciones necesitan y la agilidad que se requiere para alcanzar el éxito. Además, ofrecemos servicios permanentes respaldados por procesos únicos y una base de talento que se ajusta a cada necesidad. A través de la Plataforma PowerYOU brindamos procesos de capacitación y desarrollo, con un sistema de entrenamiento online para potenciar las habilidades de las personas.

Más información en: <https://www.manpowergroup.com/workforce-solutions/manpower>



## Lanzamiento del servicio de Payroll

En 2019 lanzamos este nuevo servicio en el que gestionamos los procesos de nómina utilizando una plataforma de última tecnología que garantiza la liquidación de haberes de forma segura y en manos de expertos en legislación laboral e impositiva.

- + 500 clientes
- + 140 convenios colectivos de trabajo
- + 10,000 c pitas mensuales procesadas



## Chile pasa a formar parte de ManpowerGroup

Desde enero de 2018, Manpower Chile se integró a ManpowerGroup, luego de operar por más de 54 años como franquicia. Desde entonces, opera como una de las más de 3,500 oficinas en todo el mundo, ajustando sus prácticas y procesos, y adaptando la operación a los estándares que tiene la compa a a nivel mundial.



A través de la marca Experis brindamos las mejores opciones para dar soluciones laborales para el sector IT, a partir de un profundo conocimiento de la industria, y los desafíos de las empresas para aprovechar nuevas oportunidades y expandir el negocio. Contamos con un profundo conocimiento del mercado en áreas de IT, Marketing Digital, Finanzas e Ingeniería.

**Más información en:** <https://www.manpowergroup.com/workforce-solutions/experis>



<sup>1</sup> A partir de enero de 2018 Chile se convierte en oficina de ManpowerGroup, por lo tanto, Experis comienza a operar en ese país desde ese mes.



Talent Solutions reúne nuestras ofertas de RPO y Right Management para ofrecer soluciones de fuerza de trabajo para hoy y mañana. Une nuestras soluciones estratégicas de fuerza laboral para crear un efecto transformador en la atracción, adquisición, desarrollo y retención del talento, abordando de este modo su ciclo de vida completo.

**Más información en:** <https://www.manpowergroup.com.ar/soluciones-y-servicios/talent-solutions>



<sup>2</sup> A partir de enero de 2018 Chile se convierte en oficina de ManpowerGroup, y desde entonces la marca comienza a operar en el país.

# Principios Corporativos

## VISIÓN

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

## CREDO

**Nosotros potenciamos el futuro del trabajo.**

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

**Fuerza que impulsa a las organizaciones hacia el futuro.**    **Fuerza que acelera el éxito personal.**

**Fuerza que construye comunidades más sostenibles.**

**Generamos este tipo de fuerza** conectando la visión de los clientes y la motivación de las personas con el presente y el futuro del Trabajo.

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

**Como consultores confiables** cultivamos nuestra relación

con todos los que trabajamos, porque su éxito conduce a nuestro éxito.

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

Y al crear estas poderosas conexiones, **ayudamos a potenciar el Futuro del Trabajo.**

# Nuestros valores



## Gente

Nos importa la gente y el papel que tiene el trabajo en sus vidas, respetamos a las personas como individuos, confiamos en ellas y las apoyamos ayudándolas a lograr sus metas en el trabajo y en la vida.

## Conocimiento

Compartimos nuestro conocimiento y recursos, para que todos entiendan lo que es importante en el presente y en el futuro del mundo del trabajo, y sepan cómo reaccionar de la mejor manera.

## Innovación

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



## Atributos de marca

### Incluyentes

Somos para todos, en todos los niveles.

### Confiables

Estamos comprometidos en hacer lo correcto.

### Atractivos

La gente está interesada en lo que decimos y hacemos.



### Visionarios

Nos anticipamos al futuro.

### Innovadores

Tenemos una perspectiva diferente de las cosas.

### Expertos

Somos la fuente reconocida de opiniones y mejores prácticas.

# Reconocimientos y Certificaciones



## Argentina .....

- Única compañía de gestión de recursos humanos reconocida dentro de las 100 empresas de mayor reputación en Argentina según el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) 2018.
- Área de Legal & Compliance destacada entre los 100 equipos más “influyentes e innovadores” de nuestro país en 2018 por GC Powerlist: Argentina.
- Premio “Hacia una Empresa Familiarmente Responsable” 2018 para el Director General, Luis Guastini, en la categoría “Líder comprometido”, otorgado por la Fundación Padres, junto al apoyo académico de CONFyE – IAE Business School.
- Reconocimiento de parte del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires por la contribución y colaboración en acciones de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de ManpowerGroup durante 2019.
- “Sello Gestión Inclusiva” 2019 destacándonos en el eje de accesibilidad, otorgado por el Estado Nacional a través de la Agencia Nacional de Discapacidad (Andis).
- Puesto 35 en el Ranking Mejores empleadores 2019 de la Revista Apertura.
- Distinción del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) por la contribución de ManpowerGroup con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y por la valiosa colaboración con la Plataforma ODS-CEADS “Conectando empresas con ODS” en 2019.
- Reconocidos en el marco del Programa “Ganar-Ganar: La igualdad de género es un buen negocio” de ONU Mujeres 2019, por finalizar nuestro Plan de Acción de Igualdad de Género.

# Reconocimientos y Certificaciones



## Brasil

- Certificación Plata de ECOVADIS 2019.



## Colombia

- Certificación ISO 9001 – 2015 (obtenida en 2018)
- 10° puesto en el Ranking PAR Equidad de Género 2019.
- 3° puesto en el premio CompuTrabajo Best Work Places 2019 a las mejores empresas para trabajar en Colombia.
- Certificación Plata de ECOVADIS en 2018 y 2019.

## Caribe y Centroamérica



- Distintivo empresa Socialmente responsable 2018 y 2019 por FUNDAHRSE Honduras.
- Reconocimiento como Empresa Socialmente Responsable a ManpowerGroup Honduras, otorgado por Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDARSHE) en 2018 y 2019.
- Sello Incluirse 2019 Honduras.

# Reconocimientos y Certificaciones



## México .....

- 9° Puesto del ranking de Súper Empresas 2018 de la Revista Expansión, categoría de 500 a 3,000 empleados.
- 4° Puesto en el Ranking de las 50 Empleadoras más grandes del sexenio, por Mundo Ejecutivo.
- Salón de honor y Puesto 17° en el Ranking de Las más grandes empleadoras 2018, por la Revista Expansión.
- 6° Puesto para Mónica Flores en el Ranking de las 100 mujeres más poderosas de México 2019, por la Revista Expansión, subiendo una posición desde 2018.
- 5° Puesto entre las 20 empresas de consultoría más importantes de México 2019, otorgado por Mundo Ejecutivo.
- Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) 2018 y 2019, otorgado por Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (Cemefi).
- Certificación Plata de ECOVADIS.
- 93° Puesto en el Ranking de Merco 2019: las empresas y líderes con mejor reputación.
- 1° puesto en el Ranking PAR México 2019 y 3° puesto en el Ranking PAR Latinoamérica 2019, que premia a empresas con mejores prácticas en
  - equidad de género, otorgado por Aequales.
  - Top 5 en el Premio 2019 PREFERRED employer for women de W Certified Company.
  - Top 10 de las Mejores Consultoras de México, por la Revista Consultoría.
  - 2° puesto en el premio CompuTrabajo Best Work Places 2019 a las mejores empresas para trabajar en México.
  - Reconocimiento a Mónica Flores en el Women Economic Forum 2019.
  - Reconocimiento en LinkedIn Top Voices 2019: América Latina.
  - Reconocimiento como uno de los Mejores Lugares para trabajar LGBT 2020, otorgado por Human Right Campaign.
  - Nivel Oro en el Distintivo Empresa Incluyente “Gilberto Rincón Gallardo” 2019 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno Mexicano.
  - Distintivo Empresa Familiarmente Responsable.
  - Certificación por la Norma Mexicana NMX-R-25-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No discriminación.

# Reconocimientos y Certificaciones



## Paraguay

- Dentro de las 10 mayores empresas empleadoras adheridas al Instituto de Previsión Social.
- Premio Empleador del Año 2018, otorgado por el diario 5 Días.
- Premio Prestigio 2018, otorgado por el diario 5 Días.
- Premio Empleador del Año 2019, otorgado por el diario 5 Días.



## Uruguay

- 1º Puesto en el Ranking mundial “Job Markets Insights” que publica la empresa JobisJob.
- Reconocimiento de ONU Mujeres por participar del premio “El Talento no tiene Género”, basado en principios WEPs. Empresa participante categoría multinacional.

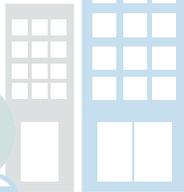
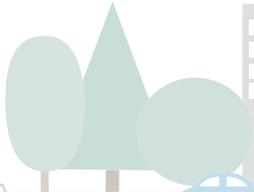
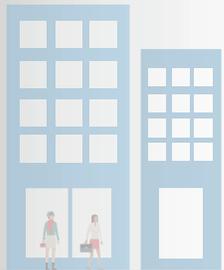


## Perú

- 1º puesto en el Ranking PAR Equidad de Género 2019.
- “Sello Presente” por estar entre las 20 empresas que brindan igualdad de oportunidades de inserción y trabajo digno para la comunidad LGBT+.
- Certificado brindado por CompuTrabajo Best Work Places 2019 al ser considerada una de las mejores empresas para laborar.
- Certificación otorgada por AMCHAM como empresa laboralmente responsable.
- Certificación Plata de ECOVADIS 2019.



# Sustentabilidad en ManpowerGroup



## 3.1. Estrategia de sustentabilidad



En ManpowerGroup “creemos que el empleo significativo y sostenible tiene el poder de cambiar el mundo”, y hacemos de esta convicción nuestro Propósito como compañía. Y dado que conectamos el talento con las necesidades de las organizaciones, fundamos nuestra estrategia en materia de Sustentabilidad en tres pilares de acción que definen nuestra gestión y nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).



Creemos que el empleo significativo y sostenible  
tiene el poder de cambiar el mundo



A partir de estos pilares, cada país desarrolla un plan de acción en el cual diseña e implementa programas propios y en articulación con otras organizaciones para crear empleo con propósito y sostenible.

Además, algunos países como Perú, México, Colombia y Argentina cuentan con políticas y procesos locales que complementan la estrategia global.

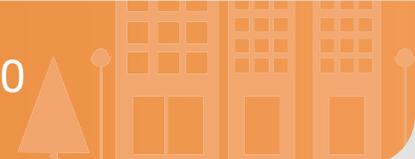
Para más información ver Reporte de Sustentabilidad 2017 de ManpowerGroup LATAM.

## 3.2. Indicadores clave en materia de sustentabilidad

Gestión de Sustentabilidad	Argentina		Brasil		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Inversión en Sustentabilidad (en USD)	275,249	197,826	931	844	—	—	73,529	28,745	1,000	1,820	1,187	1,509	647	807
Inversión en horas de voluntariado (en USD)	4,558	4,922	310	—	4,436	4,563	85,176	28,489	40	87	564	18,835	1,155	1,143

1) Información no disponible para Chile.

### 3.3. Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030



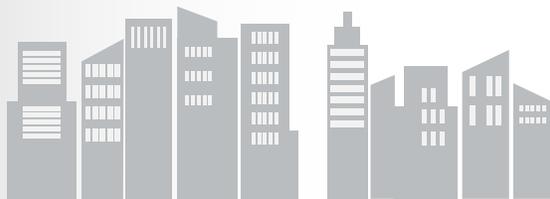
Desde la firma de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas en 2015, en ManpowerGroup nos comprometimos con esta Agenda mundial 2030 e identificamos aquellos ODS en los cuales generamos un mayor impacto a partir de nuestro negocio. Este ejercicio lo hicimos a nivel global, y luego cada país fue definiendo, a su vez, los objetivos para su operación.

Los ODS que identificamos como prioritarios son: ODS 4 - Educación de Calidad, ODS 5 - Igualdad de Género, ODS 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico, y ODS 10 - Reducción de las Desigualdades.

Por su parte, Argentina sumó tres ODS secundarios: ODS 12 sobre Producción y Consumo Responsable, ODS 16 sobre Paz, Justicia e Instituciones sólidas y ODS 17 vinculado a Alianzas estratégicas para lograr los objetivos. Además, en 2019 realizó un taller de capacitación de ODS y definición de Indicadores Clave de Desempeño (KPIs, por su sigla en inglés) que responden a las metas de la Agenda 2030, con un grupo de trabajo compuesto por mandos medios de las áreas clave de la compañía. Como resultado del ejercicio, se identificaron 53 acciones relacionadas con ODS, 8 desafíos a futuro y 21 indicadores de impacto.

México, Caribe y Centroamérica mapearon otros cuatro ODS por considerarlos de impacto a nivel local ya que están vinculados a sus programas de voluntariado. Estos son: ODS 1 de Fin de la pobreza, ODS 3 de Salud y Bienestar, ODS 12 de Producción y Consumo Responsable, y ODS 13 de Acción por el Clima.

Otro de los países que definió ODS adicionales a los globales fue Perú que incluyó el ODS 3 de Salud y Bienestar por su vínculo con los trabajos de diversidad e inclusión en esa operación.





# Gobierno Corporativo



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

5 IGUALDAD DE GÉNERO

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

## 4.1. Estructura de gobierno

42% de la Alta Gerencia está formada por mujeres

2 CEO mujeres en ManpowerGroup LATAM

El gobierno corporativo de la región está definido en cada uno de los países que la integran. Estos cuentan con un CEO o Country Manager que lidera la toma de decisiones estratégica del negocio y quien es acompañado por un Comité de Dirección o equipo de gerentes reportes directos, dependiendo de la operación. Por su parte, algunos países además conforman comités y comisiones para tratar temas específicos del negocio, como, por ejemplo, Comité de Ética, Comité de Convivencia Laboral, Comité de Fraude, Comité de Sustentabilidad, Comité de Diversidad o Comité de Conciliación.



Por su parte, los países de LATAM están liderados por Mónica Flores Barragán, Presidente de ManpowerGroup Latinoamérica; quien reporta de forma directa al Chairman & CEO global - Jonas Prising.

Entre las principales funciones que tienen los gobiernos corporativos de los países se encuentra la de participación en el desarrollo de las estrategias globales, regionales y locales que hacen al triple desempeño; velar por la implementación de los programas de sustentabilidad en la región; la conducción transparente y responsable de relaciones con gobiernos, cámaras y asociaciones, comunidad empresarial, medios e instituciones educativas, guiada por la ética y valores corporativos de la organización; entre otros. También tratan temas críticos del negocio como es la ciberseguridad y la privacidad de la información, riesgos del mercado laboral, temas regulatorios propios de cada país, la escasez de talento, y cualquier circunstancia que impacte significativamente al negocio.

## 4.2. Coordinación de la gestión de sustentabilidad

Cada operación cuenta con direcciones o gerencias responsables de hacer cumplir la estrategia de sustentabilidad y gestionar el negocio de forma sostenible, alineado a las expectativas de los grupos de interés. Los referentes de sustentabilidad para cada país son:

**Argentina:** Dirección de Comunicación, Sustentabilidad y Asuntos Corporativos – María Amelia Videla. Gerencia de Sustentabilidad y AAPP- Valentina Rodriguez

**Brasil:** Líder de Recursos Humanos – Leandro Fernandes.

**Chile:** Gerencia de People & Culture - Andrea Gamboa Beltramín.

**Colombia:** Gerencia de Relaciones Corporativas y Comunicaciones - Ana María Muñoz Retrepo.

**México:** Dirección de Fundación ManpowerGroup y Responsabilidad Corporativa - Gabriela Medina Ocampo. Gerencia de Responsabilidad Corporativa- José Ydar Vázquez Araiza

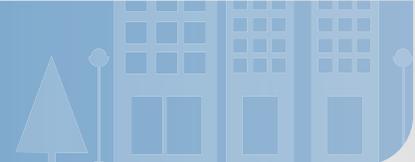
**Caribe y Centroamérica:** Comité de Responsabilidad Social – Ignacio Casillas (Director Regional Caribe y Centroamérica) y Katherine Molina Aguilar (Gerente Recruitment Process Outsourcing)

**Paraguay:** People & Culture Manager - Gabriela Farías.

**Perú:** Dirección de People & Culture - Cynthia Sánchez Tirado.

**Uruguay:** Gestión y Desarrollo Organizacional - Catherine Albez.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers



### Mónica Flores

#### Presidente de ManpowerGroup Latinoamérica

Mónica Flores fue nombrada presidente de ManpowerGroup Latinoamérica en enero de 2013 y es responsable de las operaciones de la compañía en 18 países. Desde que se unió a ManpowerGroup en 1994, ocupó diversos puestos en toda la organización, incluido el de Director Gerente para la región de México y América Central desde 2007 hasta 2012. Es promotora de la diversidad y de alianzas entre gobiernos, organizaciones civiles e iniciativas privadas para cerrar la brecha entre la oferta y la demanda de talento en América Latina. Además, es Presidente de Fundación ManpowerGroup, Consejero del Movimiento STEM y autora del libro “Cómo conseguir tu primer trabajo”, una guía para apoyar a los jóvenes en su integración a un empleo formal.

Mónica ha sido reconocida como una de las empresarias más poderosas de los negocios en Latinoamérica. A nivel global fue nombrada como uno de los 10 principales promotores de la diversidad. Fue distinguida por el Senado de la República Mexicana como “Mujer Destacada del Año 2011”. En 2016, recibió el reconocimiento “Mujer destacada del año de México y Latinoamérica en los Negocios” por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos. A su vez, ha sido destacada como una de las personalidades más influyentes por LinkedIn en el año 2019, incluida en el LinkedIn Top Voices 2019 de América Latina.

Mónica es actuaria por la Universidad Nacional Autónoma de México y cuenta con una maestría en Filosofía, así como con un Master en Dirección de Empresas. Su desarrollo académico incluye diplomados en Filosofía e Historia de la Cultura en México

4 Además de ser Presidente de ManpowerGroup LATAM, lo es para ManpowerGroup México, Caribe y Centroamérica

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers

### Argentina

#### Luis Guastini

#### Director General y Presidente

Luis Guastini ingresó a ManpowerGroup en 1996 al Departamento de Asuntos Legales, siendo nombrado en 2002 como Gerente del área. Desde su conformación en 2008 integró el Comité de Dirección de la compañía. En julio de 2011 es promovido a la posición de Director de Desarrollo Corporativo, reportándole en forma directa las Gerencias de Asuntos Legales, Relaciones Laborales, Marketing y Proyectos Corporativos. En 2014, suma la Gerencia de Capital Humano. En junio de 2017, es nombrado Director General y Presidente de ManpowerGroup Argentina.

Desde 2018 es miembro del Directorio de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (Amcham). Desde 2019 integra la Comisión Directiva del CEADS- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible. Ese mismo año y desde su constitución preside la Cámara de Agencias Privadas de Empleo (CAPE). Es abogado, egresado de la Universidad de Buenos Aires, posee una Especialización en Asesoramiento Jurídico de Empresas y un Curso de Posgrado en Negociación, ambos en la Universidad Católica Argentina. Además, cuenta con una Especialización en Gestión Estratégica de RR.HH. de la Universidad de San Andrés.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers



### Brasil

#### Nilson Pereira

#### Country Manager Brasil



Nilson Pereira se desempeña en ManpowerGroup Brasil hace 12 años, habiendo ocupado los cargos de Director de Operaciones y Ventas y Director de Finanzas. En 2016, es nombrado Country Manager de la operación. Con título en Contabilidad de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC - SP), tiene un MBA de la Universidad de São Paulo (USP).

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers

### Chile

**Jorge Gamero C.**

**Gerente General de ManpowerGroup Chile** .....

Jorge Gamero ingresó a la compañía en abril del 2014 como Managing Director de Experis Perú, dónde se desempeñó con éxito en sus labores impulsando el desarrollo y crecimiento progresivo de la marca; a su vez colaboró desde un inicio con las operaciones de Experis en Chile, Uruguay y Paraguay y ocupó la Dirección Comercial de ManpowerGroup Perú en 2019. Luego de una exitosa trayectoria, Jorge asume como Gerente General de ManpowerGroup Chile en 2020, teniendo como foco la generación de valor a los clientes, asociados y candidatos a través del liderazgo de todas las divisiones de la compañía: Manpower, Experis y Talent Solutions, con el fin de conectar el talento con las organizaciones e impulsar el mundo del trabajo. Cuenta con estudios de Bachelors in Science en Global Business de Arizona State University, MBA, y postgrados en negocios de diversas y prestigiosas universidades de Estados Unidos.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers



### Colombia

**Francisco Javier Echeverri Hincapié**

**Country Manager** .....

Francisco Javier Echeverri Hincapié ingresó a la compañía en 2001 y se desempeñó como Director de Finanzas y Contralor durante 15 años. En 2016 asumió su rol como Country Manager de ManpowerGroup Colombia. Antes de unirse a la empresa se desempeñó por 10 años como Director de Auditoría Interna y Riesgos en la industria de alimentos. Es miembro de la junta directiva de AMCHAM Colombia y del Fondo de Empleados de ManpowerGroup Colombia. Es Contador Público de la Universidad de Antioquia, Especialista en Contraloría de la Universidad de Medellín, MBA de la Universidad EAFIT y estudios en Estrategia Social en la Universidad de Columbia, Nueva York.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers

### México

#### Alberto Alesi

#### Director General México, Caribe y Centroamérica

Alberto Alesi se unió a la empresa en 2013 y se desempeñó como Director Regional para Caribe y Centroamérica y Director de ManpowerGroup Solutions México, Right Management y Desarrollo Organizacional para Latinoamérica. Cuenta con más de 18 años de experiencia en la comercialización de servicios de recursos humanos y de tecnología web para el mismo sector y ha contribuido a poner en marcha operaciones en diferentes países de manera exitosa. Alberto es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nueva Esparta de Venezuela y cuenta con una Maestría en Gestión y Dirección de Empresas (MBA) por la Universidad de la Laguna-España. Su desarrollo académico incluye una Especialización en Mercadeo de Servicios por la Universidad Católica Andrés Bello-Venezuela, Diplomado en Desarrollo de Habilidades Gerenciales por el Tecnológico de Monterrey–México, y Diplomado en Alta Dirección por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE)-México.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers



### Paraguay

Ulisses Cabral Saueia

CEO



Ulisses Cabral Saueia se desempeña en ManpowerGroup Paraguay hace 6 años, habiendo ocupado los cargos de Director Comercial y de Operaciones. En 2015, fue nombrado Country Manager de la operación. Desde 2016 es director del Pacto Ético y de Cumplimiento, Capitulo Paraguay, como así también director de la Cámara de Anunciantes y Empresas Multinacionales del Paraguay, y forma parte del equipo de trabajo de la Cámara de Comercio Paraguayo Americana (AMCHAM). Es licenciado en Marketing y Comunicación y posee post grados en Dirección Comercial y Gestión Empresarial como también especializaciones en Liderazgo, Innovación y Management Strategy.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers

Perú

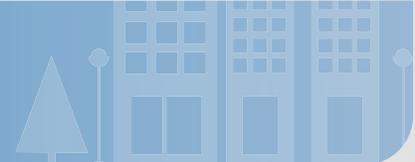
**Marco Nicoli Mendel**

**Country Manager**



Marco Nicoli Mendel tiene una trayectoria de más de 8 años como Director Regional de la compañía en Perú, Uruguay, Paraguay y Chile y más de 10 años en gestión comercial y de ventas en su carrera profesional. Ha liderado operaciones de importación, fabricación, distribución, ventas minoristas y en corporaciones internacionales relacionadas con el comercio minorista. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima, cuenta con un MBA de la Universidad del Pacífico y participó del Manager Development Program de la Universidad de Piura y del Association for Overseas Technical Scholarships en Tokio.

## 4.3. Experiencia de los CEOs y Country Managers

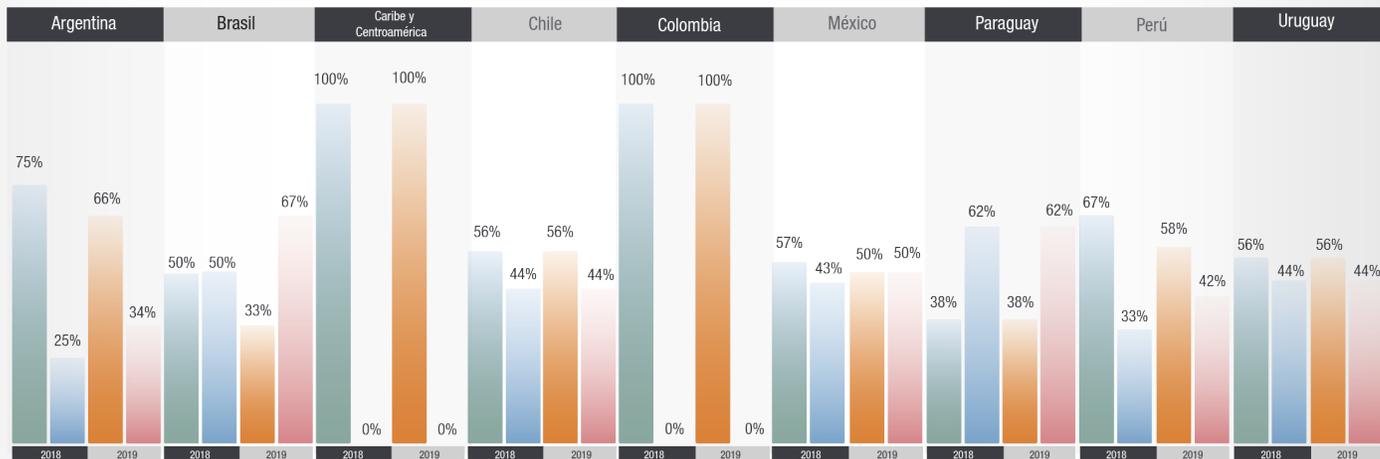
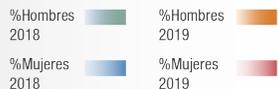


Uruguay  
Inés Arrospide  
Country Manager



Inés Arrospide cuenta con más de 20 años de trayectoria en ManpowerGroup Uruguay. Ingresó a la compañía en el año 2000, ocupando el cargo de Gerente de Administración y Finanzas, posición que desempeñó hasta 2003. En 2004 fue designada Country Manager y desde entonces ha liderado la operación local, posicionando a la empresa como líder del sector. Es egresada de la carrera de Contador Público de la Universidad de la República y cuenta con un MBA del IEEM (Escuela de Negocios de la Universidad de Montevideo, asociada a IESE). Fue reconocida como “CEO del año” por el portal de negocios y noticias “Infonegocios”. Desde hace diez años, integra el Comité Directivo de la Cámara Uruguaya de Empresas Suministradoras de Personal (CUDESP), donde participa activamente en la promoción del empleo formal y la difusión de la actividad, siendo referente en la negociación con sindicatos, gobierno y otras cámaras empresariales.

## 4.4. Características del Comité de Dirección



## 4.4. Características del Comité de Dirección

Gestión de Sustentabilidad	Argentina		Brasil		Caribe y Centroamérica		Chile		Colombia		México		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Edad Promedio	52.7	48.5	45	49	43	48	45	45	50	50	51.4	51.75	34	36	42	42	40	41
Años de trayectoria promedio dentro de la compañía	14.4	13.5	5	6	5	22	8.6	8.6	19	19	15.9	14.83	2.4	2.3	6	3.5	13	14
% locales	100%	100%	100%	100%	0%	0%	90%	70%	N/D	N/D	100%	100%	100%	100%	83%	100%	100%	100%

## 4.4. Características del Comité de Dirección

### Nombramiento:

los miembros del gobierno corporativo de las operaciones son elegidos y nombrados en función de las necesidades del negocio, trayectoria en la empresa, cualidades profesionales, personales, morales y éticas. Ellos deben liderar y tomar decisiones sustentables para la compañía y nuestros grupos de interés.

### Capacitación:

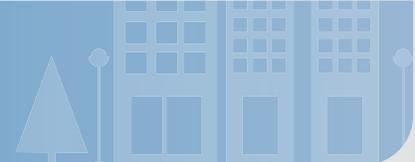
los CEOs y directores de los países están en permanente formación y conocimiento de las tendencias del mercado laboral, la agenda pública en temas de derechos humanos, inclusión y diversidad, gestión de la cadena de valor, calidad de vida y ambiente laboral, y aspectos relacionados con el desarrollo del negocio y el valor de la estrategia de sustentabilidad. Esto lo realizan a través de la participación activa en congresos, foros, seminarios y capacitaciones.

### Reuniones:

los directores y comités de los países se reúnen periódicamente para cumplir con sus funciones y responsabilidades, con foco en la toma de decisiones que fomenten la sustentabilidad del negocio. Además, en el marco de estos encuentros realizan las evaluaciones pertinentes sobre el desempeño de la gestión y el cumplimiento de la estrategia proyectada.



## 4.4. Características del Comité de Dirección



### Control de la gestión:

estamos comprometidos con la gestión de riesgos económicos, sociales y ambientales tanto de la compañía como de nuestros públicos de interés. Trabajamos para minimizar los impactos negativos y potenciar los positivos. Contamos con lineamientos, herramientas y políticas que guían nuestra gestión en este aspecto. Un ejemplo, en este sentido, es la herramienta Ecovadis, utilizada por ManpowerGroup en todo el mundo y que año tras año se implementa en los países de la región. Se trata de un “tablero” que mide el impacto de cada operación incluyendo indicadores económicos, sociales y ambientales.

Además, la Dirección Regional de Latinoamérica y la Dirección Ejecutiva Global evalúan los objetivos del negocio planteados para el año por cada país con métricas trianuales.

### Contacto con los grupos de interés:

las personas y organizaciones con las cuales nos relacionamos mantienen una comunicación permanente con nuestros gerentes y colaboradores a través de diferentes canales de diálogo presencial y digital. Cuando realizamos estudios o encuestas que miden las opiniones y consultas de los públicos clave, estos resultados son presentados en los gobiernos corporativos de los respectivos países para contribuir con la toma de decisiones del negocio.

### Remuneración:

se compone de una parte fija mensual y una variable anual que está relacionada a los objetivos económico-financieros y de la estrategia de sustentabilidad. Además, en el caso de algunos países se consulta a consultoras externas sobre las brechas del mercado para validar la competitividad de los honorarios.

<sup>5</sup> Para más información ingresar en [www.ecovadis.com](http://www.ecovadis.com)

<sup>6</sup> Para más información ver Política de Compensaciones en la página 136 de este Reporte.



# Diálogo y Concientización



## 5. Diálogo y Concientización

- 4,243 proveedores
- La participación en la encuesta de clima superó el 85% en todos los países

La comunicación es indispensable para alinear y direccionar a los equipos, entender las demandas de los públicos externos, definir acciones, y establecer conclusiones que permitan a las operaciones actuar de forma sustentable. En ManpowerGroup somos conscientes de la importancia que tiene el diálogo y la información de valor en la toma de decisiones de una compañía y de los actores sociales que ejercen un impacto en nuestro negocio.

En este marco, promovemos espacios de diálogo abierto y fluido con los distintos públicos con los que nos relacionamos y nos comprometemos a trabajar en la construcción de un mercado laboral más diverso e inclusivo con oportunidades para todos.

Entendemos que es fundamental conocer a los grupos de interés con los cuales nos vinculamos para poder satisfacer necesidades e intereses, y así identificar los mejores canales de diálogo con cada uno de ellos.

## 5. Diálogo y Concientización

Nuestros grupos de interés		Canales de Comunicación
Empleados	Todos los colaboradores de ManpowerGroup Latinoamérica.	Encuesta de Clima Laboral, Estudio de Satisfacción, Google+ / Office 365 / Yammer, desayunos y encuentros especiales, boletines, cascado de información, informes de gestión e Intranet.
Asociados	Personas que trabajan para nuestros clientes.	Portal web exclusivo, aplicación para dispositivos móviles, estudio de satisfacción, evaluación de desempeño, redes sociales, herramientas de reclutamiento online, sitio web, encuentros presenciales.
Candidatos	Personas que se postulan para ocupar algún puesto eventual, permanente o por proyecto en empresas cliente.	Redes sociales, herramientas de reclutamiento online, sitio web, encuentros presenciales, stands en ferias de empleo, charlas en universidades e instituciones educativas y Escuela de Formación Laboral.
Proveedores	Conjunto de empresas que proporcionan bienes y servicios para que podamos cumplir con nuestras actividades.	Visitas, diálogos presenciales, boletines informativos, envío de información digital sobre la empresa.

## 5. Diálogo y Concientización

Nuestros grupos de interés		Canales de Comunicación
Clientes	Empresas y organizaciones a las cuales brindamos servicios y soluciones para el mercado laboral.	Estudio de satisfacción, Encuesta de Expectativas de Empleo, sitio web, informes especiales, encuentros presenciales y redes sociales.
Organizaciones Educativas y de la Sociedad Civil, Cámaras, Asociaciones y Redes de Empresas	Instituciones y organizaciones con las que desarrollamos vínculos de cooperación con relación al mundo del trabajo.	Encuentros presenciales, ferias de empleo, capacitaciones y espacios de formación e intercambio.
Comunidad	Personas, instituciones y organizaciones involucradas en nuestros programas de inclusión.	Participación en los programas de inclusión, diálogos presenciales, evaluaciones de impacto, capacitaciones a través de nuestros voluntarios, redes sociales.
Gobierno	Instituciones gubernamentales de nivel nacional, provincial y municipal, considerando los tres poderes constituidos. Organismos de control y fiscalización; áreas de gestión con las que desarrollamos iniciativas en común con un fin social.	Instancias presenciales de articulación público-privada.

## 5. Diálogo y Concientización

Nuestros grupos de interés		Canales de Comunicación
Sindicatos	Organizaciones representativas de trabajadores por rama de actividad.	Espacios de diálogo e intercambio.
Medios de Comunicación	Medios de comunicación de interés general o especializados en negocios.	Intercambio de información sobre tendencias del mercado laboral, situación del empleo y la gestión sustentable de nuestro negocio.

## 5.1. Alianzas estratégicas



En un mundo cada vez más interconectado y globalizado, es fundamental generar alianzas para ampliar el impacto y alcanzar los objetivos deseados. La generación de alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil, cámaras empresarias, instituciones académicas y sector público es una de nuestras principales prioridades.

## 5.1. Alianzas estratégicas

### Argentina

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

**ADHRHA**, Asociación de Recursos Humanos de la Argentina.

**VALOS**.

**IARSE**, Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria.

**DINAJU** - Dirección Nacional de la Juventud.Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas.

**CEC**, Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad. Incorporación en instancias fundacionales.

Red de Empresas contra el Trabajo Infantil.

**ACNUR**, Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados.

**OIM**, Organización Internacional para la Migraciones.

**CEADS**, Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible.

**CIPPEC** (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento)

**IDEA**, Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina.

Red IDEA Diversidad.

Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires.

Club **IFREI**, Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School.

Fundación **HUESPED**, Ingreso a Red de Empresas Comprometidas en respuesta al VIH/SIDA.

Red de empresas con “Compromiso con un trabajo digno sin Violencia Laboral” en la órbita del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

**SECLAS**, Servicio de Colocación Selectiva Laboral, dependiente de la Subsecretaría de Empleo Provincial del Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires.

Dirección General Niñez y Adolescencia dependiente de la Subsecretaría de Promoción Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

## 5.1. Alianzas estratégicas

Principios de Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres y Pacto Global.

Programa Ganar Ganar de ONU Mujeres.

Secretaría General de Gobernación y Ministerio de Trabajo, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

**UNFPA**, Fondo de Población de las Naciones Unidas.

Secretaría de Integración Social y Urbana del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Pride Connection Argentina.

Iniciativa Público, Privada para la Igualdad de Género del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Alianzas con universidades, como por ejemplo con la Universidad de San Isidro “Dr. Plácido Marín” y la Universidad Católica Argentina.

### Brasil



**AMCHAM**, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en Brasil.

**ACNUR**, Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados.

Instituto Coca-Cola.

## 5.1. Alianzas estratégicas

### Chile



**AMCHAM**, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en Chile.

**ICARE**, Institución más importante de Chile vinculada al relacionamiento empresarial.

**Cámara** de Comercio de Santiago. Cámara que reúne a empresas grandes y pequeñas como gremio.

**ASIVA**, Asociación de empresas de Valparaíso.

Acción Empresas, organización que agrupa a más de 130 empresas decididas a gestionar sus negocios de manera sostenible bajo una lógica de competitividad y sostenibilidad. En Chile, representan al World Business Council for Sustainable Development, y a través de diversas instancias buscan posicionar la sostenibilidad empresarial como una visión de negocios necesaria para la construcción de una sociedad más inclusiva e igualitaria.

**AGEST**, Asociación gremial de Empresas de Recursos Humanos. Nuestro Country Manager ocupa su presidencia.

Cámara Nacional de Comercio, participamos en el Consejo de libre elección de la Cámara Nacional de Comercio (CNC) e integramos la Comisión Laboral de esta entidad.

**IPG**, Iniciativa de Paridad de Género en Chile.

### Colombia



Red del Servicio Público de Empleo del Ministerio de Trabajo.

Asociación Colombiana De Empresas De Servicios Temporales Acoset (ACOSSET).

Federación Colombiana de Gestión Humana (ACRIP).

**AMCHAM**, Cámara colombiana norteamericana de Comercio.

Foro para el Progreso de América del Sur (PROSUR).

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI).

Comunidad.

## 5.1. Alianzas estratégicas

### México, Caribe y Centroamérica

En México se realizaron alianzas con la finalidad de brindar beneficios a los grupos en situación de vulnerabilidad, tanto con empresas para el “Programa Caminemos Juntos”, como con instituciones para el “Programa Empresa Comprometida con la Empleabilidad”.

**ACNUR** (Panamá y región).

Alianza para el trabajo digno de jóvenes.

**AMCHAM**, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica.

**ARIAAC**, Asociación de Relaciones Industriales de Aguascalientes.

**ARHITAC**, Asociación de Recursos Humanos de la Industria en Tijuana.

**ERIBAC**, Asociación de Ejecutivos en Relaciones Industriales de Baja California.

**RIPTAC**, Relaciones Industriales de Puebla y Tlaxcala.

**CANACO**, Cámara Nacional de Comercio y Turismo de Tampico.

**ADERIAC**, Asociación de Ejecutivos de la Gestión del Talento Humano.

**AMEDIRH**, Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos.

**AMECH**, Asociación Mexicana de Empresas de Capital Humano.

**COPARMEX**, Confederación Patronal de la República Mexicana.

**CFMCI**, Cámara Franco Mexicana.

**AMAPRO**, Asociación Mexicana de Agencias de Promociones, A.C.

**CEEG**, Consejo Ejecutivo de Empresas Globales.

**GAMESCOM**, Cámara Española de Comercio.

**FUNADEH** (Honduras).

**INEA**, Instituto Nacional para la Educación de los Adultos. Reinserta.

**Teletón** (Honduras).

**UCENM y USAID** (Honduras).

## 5.1. Alianzas estratégicas

Paraguay



Fundación Saraki.

**AMCHAM**, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica.

Perú



**AMCHAM**, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en Perú.

Red Pride Connection.

Red de Empresas y Discapacidad.

Red Iberoamericana de Empresas y discapacidad.

Presente ONG.

Comunidad Aequales, ranking **PAR**.

**FORGE**.

Uruguay



**REPAPEL**, campaña de reciclado.

**CEPRODIH**, atiende a mujeres con niños en situación de alto riesgo social.

**DESEM**, jóvenes emprendedores.

## 5.2. Herramientas de comunicación interna

Una de las principales herramientas que utilizamos para construir nuestra cultura organizacional a nivel regional, junto a nuestros colaboradores, es la comunicación interna ya que facilita el diálogo, la participación y colaboración entre nuestros equipos. Para ello, desarrollamos estrategias para comunicar internamente las metas globales y los planes que nos ayudarán a lograrlo.

En este sentido, centralizamos en los canales de comunicación los contenidos de relevancia, creamos programas para estar conectados y desarrollamos iniciativas para construir un compromiso sólido, y que genere sentido de pertenencia También fomentamos espacios de discusión y debate; interacción entre los equipos con el fin de desarrollar distintas capacidades.

Las herramientas que utilizamos en ManpowerGroup LATAM con nuestro público interno son:



Yammer, como red social interna de ManpowerGroup.

WhatsApp con grupos segmentados.

Comunicaciones internas por correo electrónico.

Pop Up para campañas específicas.

Eventos y acciones en momentos especiales: día de la familia, de la mujer, la primavera, la inauguración de las nuevas oficinas, entre otros.

Encuesta de clima laboral.

Gestión de desempeño.

Desayunos para escuchar inquietudes y contestar consultas.

Carteleras digitales con reproducción continua de mensajes institucionales en oficinas centrales.

## 5.2. Herramientas de comunicación interna

### Otros canales de comunicación interna

En Argentina, lanzamos el “Proyecto Innovation” en el que invitamos a los empleados a que propongan ideas innovadoras que sirvan para optimizar el negocio con foco en el cliente. El objetivo fue generar una nueva cultura que promueva el flujo de ideas de abajo hacia arriba, en donde la velocidad y disciplina en la ejecución sean un factor clave para el desarrollo organizacional. En 2018, recibimos más de 80 propuestas. La idea ganadora fue la comercialización del servicio de Payroll luego implementada bajo la marca Talent Solutions. En 2019, analizamos 96 ideas y generamos 5 encuentros creativos con más de 30 participantes donde se brindaron herramientas sobre innovación y metodologías ágiles.

También comenzamos a utilizar el sistema “Tu recibo”, un sistema 100% digital para distribución, consulta y firma de documentos, con el objetivo de lograr procesos más ágiles y eficientes.

En México, Caribe y Centroamérica, utilizamos otras herramientas de comunicación como Hotline (línea para realizar denuncias), buzón de quejas, y una aplicación creada para empleados.

En Perú, desarrollamos un newsletter virtual de frecuencia mensual llamado “YoSoyMPG” para los empleados.



## 5.2. Herramientas de comunicación interna

### Una nueva forma de trabajar: Cultura de Puertas Abiertas

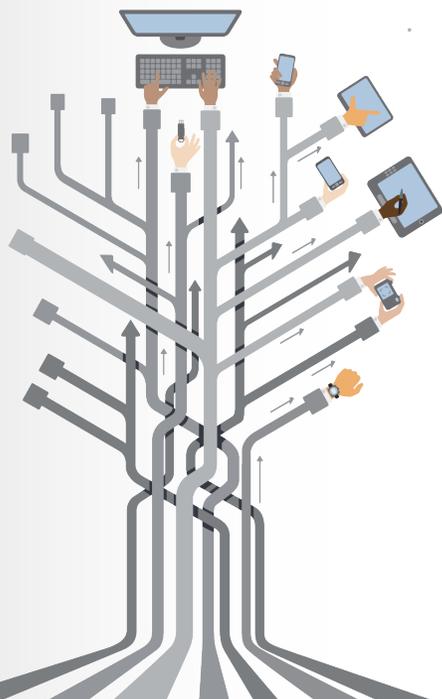
En ManpowerGroup Argentina, México, Caribe y Centroamérica, impulsamos cambios en lo que respecta a la distribución de los empleados dentro de las oficinas. Esta transformación, que fomenta la cultura colaborativa, responde a los nuevos contextos.

Sabemos que encontrar el balance entre tecnología y conexión humana será lo que le permita a las personas y empresas alcanzar la plenitud de su desarrollo. Ya no se trata solo de generar espacios de trabajo sino de crear comunidad, compartir ámbitos, experiencias y proyectos.

En este sentido, en Argentina realizamos en 2018 el traslado de Casa Central a un edificio moderno con características orientadas al coworking. Luego de más de 30 años de trabajar en áreas dispersas en cinco pisos, todos los empleados se encontraron compartiendo dos pisos modernos, despojados de divisiones y oficinas cerradas, y donde el concepto de open-space con espacios móviles de trabajo es el centro para el desarrollo de sus actividades.

Asimismo, todos los colaboradores trabajan con notebooks y tecnología IP para las comunicaciones telefónicas. Erradicamos los teléfonos fijos, y se dio prioridad a las comunicaciones vía Skype. De manera simultánea, decidimos que el 99% de las posiciones de Casa Central realizaran teletrabajo por lo menos una vez por semana.

Como resultado de esta nueva dinámica, podemos afirmar que el tráfico de emails se ha reducido considerablemente, pues las personas están conectadas en tiempo y espacio, y resulta más fácil resolver temas y comunicarse.



## 5.3. Encuesta de Clima Laboral

Es fundamental medir el clima organizacional interno ya que brinda la posibilidad de reflexionar y expresar las opiniones de todos los colaboradores sobre temas relacionados con el trabajo cotidiano, los líderes, el negocio, la cultura corporativa y la marca. Es así que cada año realizamos la encuesta Manpower Annual People Survey (MAPS), en la que se miden los siguientes aspectos:

Visión y valores de ManpowerGroup	Desarrollo y carrera
Orgullo de marca	Desempeño y reconocimientos
Liderazgo	Clientes y candidatos
Cultura organizacional	

Para generar la mayor participación posible y que los resultados reflejen la realidad, contamos con colaboradores que facilitan la comunicación de los resultados junto a los gerentes, y acompañan en el armado de los planes de acción para seguir mejorando.

A nivel regional la estrategia de comunicación consistió en la realización de piezas de incógnita presentadas con anterioridad al lanzamiento de la encuesta, haciendo foco en los logros para cada una de las categorías.

Se pueden colocar piezas de comunicación de los países.

Al finalizar la encuesta, realizamos focus groups para presentar los resultados a los equipos y áreas, y analizar las fortalezas y oportunidades de mejora. El objetivo de esta mecánica es construir colaborativamente el plan de acción.

## 5.3. Encuesta de Clima Laboral

**En Argentina**, días antes de su lanzamiento, planteamos una novedosa estrategia para comunicar la encuesta de clima laboral. Organizamos un concurso de cocina denominado “MAPS Chef” en donde cada gerencia y sucursal a nivel regional presentó un plato que represente a su equipo, poniéndole un nombre y anclado a una característica que percibieran como distintiva. Los directores, que oficiaron de jueces, votaron el mejor plato considerando tanto el gusto que ofrecía como el sentido que le daba quien lo presentaba en nombre de cada equipo. Los equipos ganadores fueron agasajados con un encuentro fuera de la oficina. Complementariamente seguimos implementando el “Programa Partners” que tiene como objetivo que cada gerencia cuente con un aliado dentro de Capital Humano para poder canalizar sus inquietudes respecto de la encuesta.



**En México, Caribe y Centroamérica**, difundimos videos institucionales de la presidencia, y diferentes líderes regionales orientados a fomentar la participación en la encuesta. Asimismo, compartimos en medios internos los resultados de los planes de acción y enviamos comunicados mediante “LATAM Times”, una revista de comunicación interna en LATAM; “MeCCA Times”, una revista interna que abarca la región de México, Caribe y Centroamérica; y “Newsletter”, un boletín informativo con noticias y acontecimientos. En 2018, en México realizamos 44 focus groups en los que participaron 340 empleados. En 2019, se realizaron 79 focus groups para presentar resultados con base en su reporte de fortalezas y debilidades y participaron 474 empleados.

**En 2019, en Uruguay, Perú, Paraguay, Chile y Colombia**, hubo un 100% de participación en las devoluciones por cada área. Por su parte, también durante ese año en Uruguay hubo cinco instancias de devolución de los resultados y luego se profundizaron en cada uno de los equipos de trabajo las necesidades particulares y acciones a realizar. Además, llevamos adelante una encuesta de relevamiento por generación para adaptar las propuestas a cada grupo.

## 5.3. Encuesta de Clima Laboral

Gestión de Sustentabilidad	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Participación de colaboradores	94.0%	98.0%	88.0%	90%	95%	100%	86.8%	85.6%	92.0%	92%	86.0%	99.0%	74%	86.0%	96.0%	95.0%
Promedio general de satisfacción	75.7%	79.4%	73.8%	76.7%	71.0%	69.0%	90.1%	91.4%	81.0%	81.0%	75.0%	81.0%	89.0%	90.8%	58.0%	75.0%

## 5.4. Diálogo con nuestros proveedores

Trabajamos para promover espacios de diálogo abierto y fluido con los proveedores de toda la región. Teniendo en cuenta la gran diversidad de empresas que componen este público de interés, buscamos establecer distintos canales de comunicación, dependiendo de cada una de las operaciones y sus cadenas de valor.

**En Argentina**, generamos acciones concretas para favorecer la relación con los proveedores procurando mejorar la calidad de atención y el servicio. En esta línea, llevamos más de 10 años realizando diálogos presenciales con proveedores bajo el Estándar AA1000SES de la organización inglesa AccountAbility. El gran valor que tiene este tipo de encuentros es el fortalecimiento del vínculo y la posibilidad de conocer las expectativas de los proveedores para potenciar la relación. En 2019 asistieron al encuentro 25 proveedores. En estos 10 años alcanzamos un total de 233 empresas. Además, contamos con nuevos canales de atención telefónica, como por ejemplo en contacto directo con un referente de Pago a Proveedores para realizar consultas y reclamos con relación a los procesos de pagos.

**En Chile** generamos reuniones periódicas, con el objetivo de mejorar el servicio y la relación constantemente.



## 5.4. Diálogo con nuestros proveedores

**En Colombia** capacitamos a nuestros proveedores en seguridad y salud en el trabajo, legislación laboral, y derechos humanos, entre otros. También llevamos a cabo reuniones donde dialogamos acerca de nuestras políticas corporativas y acuerdos de servicio.

**En México**, en 2018 desarrollamos el diseño de la plataforma “PowerShop” de flujo de trabajo, con la finalidad de digitalizar procesos y buscar eficiencia en la recepción de productos, autorizaciones requeridas y validación de documentos fiscales. En 2019 realizamos el abordaje de usuarios (proveedores) a esta plataforma y avanzamos con más de 23,000 gestiones. Asimismo, participamos en el Foro Anual “WeConnect” mediante el cual logramos establecer una relación comercial con dos proveedores nuevos certificados.

Por su parte, en Perú contamos con un portal de registro de proveedores donde queda asentada la firma del contrato marco y la suscripción al Código de Ética de ManpowerGroup. Además, ambas partes pueden consultar sobre el estado de pagos y facturas. Como novedad, en 2019 se generó una interface con el ERP NAVITION, nuestro sistema de gestión financiero y contable, ya que anteriormente los proveedores sólo completaban su acceso por intranet y no podían gestionar sus compras. De esta manera, se realizó un trabajo interno con el área de sistemas para conectar la intranet con el nuevo sistema de ERP.

**En Uruguay** realizamos una encuesta de satisfacción a los clientes internos respecto del servicio de los proveedores.



## 5.4. Diálogo con nuestros proveedores

Proveedores	Argentina		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Cantidad de proveedores	1,329	1,242	775	340	846	270	1,076	1,124	321	350	1,288	569	324	348
% de los nuevos proveedores que firmaron la Carta de Adhesión al Código de Conducta	90%	94%	0%	0%	100%	100%	N/D	100%	0%	0%	100%	100%	100%	100%
Cantidad de proveedores que firmaron la Carta de Adhesión del Código de Conducta	47	34	0	0%	846	270	N/D	N/D	0	0	1,288	589	324	348
Cantidad de visitas a empresas proveedoras	9	0	13	5	N/D	N/D	N/D	N/D	2	0	5	5	N/D	0

## 5.5. Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor

Como forman parte de nuestra cadena de valor, trasladamos a los proveedores contratados por ManpowerGroup nuestros valores corporativos y estándares de negocio.

Es así que buscamos los canales más efectivos para generar en nuestros proveedores conciencia de prácticas relacionadas con la sustentabilidad.

Utilizamos en algunos casos la evaluación o el autodiagnóstico como herramienta para mejorar la gestión de riesgos, al mismo tiempo concientizamos a los proveedores sobre la importancia de la sustentabilidad en el desarrollo de su negocio, motivándolos a mejorar su desempeño en materia social y ambiental.

En Argentina, entre 2018 y 2019 utilizamos la herramienta de autoevaluación en temas de sustentabilidad con 12 proveedores. Los invitamos a completar el cuestionario realizado en base a la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, y así obtener un panorama sobre el estado de avance de su gestión en materia de sustentabilidad. Nuestro propósito es que cada proveedor pueda identificar oportunidades de mejora y decidir prioridades para avanzar en su gestión responsable del negocio.



### Además, buscamos:

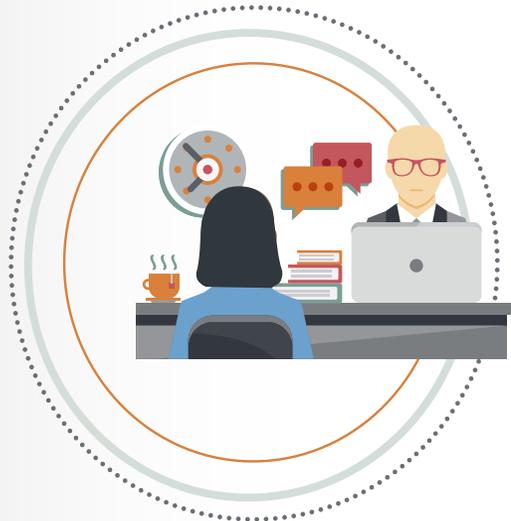
- Conocer en profundidad la gestión corporativa de los proveedores.
- Anticiparnos a un posible riesgo ante carencias de prácticas responsables.
- Fidelizar al proveedor a partir de un ejercicio en el cual ellos se benefician.
- Transmitir la importancia de la sustentabilidad a nuestra cadena de valor.

## 5.5. Concientización en sustentabilidad en la cadena de valor

### Adhesión al Código de Conducta

Es importante aclarar que este ejercicio de diagnóstico no tiene como objetivo la aprobación o rechazo de un proveedor, sino que esta herramienta se realiza en un marco de acompañamiento de ManpowerGroup a la empresa en la mejora de su desempeño sustentable para mutuo beneficio.

Todos los proveedores reciben por mail previo a su registro los siguientes documentos para su firma:



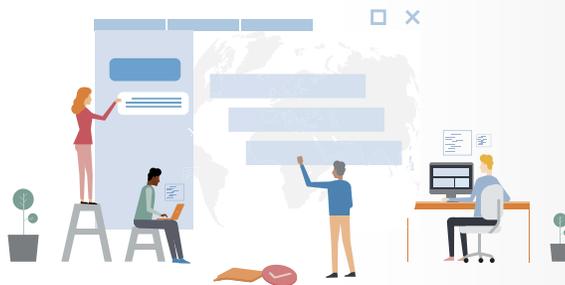
Condiciones Generales de Contratación,

El Código de Conducta y Ética Empresarial

y la Política de Privacidad de Datos de la  
compañía.

## 5.6. Comunicación con nuestros clientes

Frecuentemente nos relacionamos con nuestros clientes en espacios presenciales y canales digitales de comunicación, buscando brindar un servicio que esté a la altura de sus expectativas y necesidades.



En todos los países de la región utilizamos herramientas como: sitio web, redes sociales, webinars, blog corporativo, campañas de marketing vía correo electrónico y call center. También organizamos reuniones con clientes y participamos de ferias de empresas, foros, congresos y eventos.

## 5.6. Comunicación con nuestros clientes

**En Argentina**, organizamos más de 20 encuentros presenciales con más de 80 clientes en todo el país. También presentamos informes especiales en los que se abordaron diferentes temáticas referidas a las problemáticas actuales y tendencias del mercado laboral, y se realizaron acciones de sensibilización sobre la importancia de la inclusión laboral de grupos en desventaja. Por otro lado, contamos con “Centros de Trabajo”, espacios equipados para recibir a clientes y candidatos.

**En Caribe y Centroamérica** desarrollamos encuentros con nuestros clientes para indagar sobre sus expectativas, presentar nuestras investigaciones acerca del mundo del trabajo, incluyendo la Encuesta de Expectativas de Empleo, y brindar charlas sobre diversidad e inclusión.

**En Chile** relanzamos el “Newsletter ManpowerGroup al Día”, donde abordamos temáticas de la compañía, estudios, testimonios de clientes y colaboradores y asociados. Con respecto a las redes sociales, trabajamos en la actualización permanente de contenidos, con foco en LinkedIn e Instagram. Asimismo, lanzamos nuestro medio de comunicación digital “Legal Power”, desde donde abordamos cambios en la normativa que impactan o pueden impactar el negocio de nuestros clientes. Asimismo, participamos en entrevistas sobre temas laborales en numerosos medios de comunicación. En 2018, realizamos el primer Conversatorio con Clientes y el Diario Financiero bajo el título “Mercado laboral: Los nuevos desafíos de la gestión de recursos humanos”, y en 2019 llevamos adelante el segundo acerca de “Mitos y verdades de la automatización en el mercado del trabajo”. Este encuentro reunió a expertos en recursos humanos que analizaron el rol de los líderes y los cambios que están impulsando las empresas. Además, organizamos un desayuno con clientes sobre “Automatización en el mercado del trabajo” y dimos inicio a nuestro ciclo “HR Power”, donde invitamos a gerentes de recursos humanos a debatir sobre los principales cambios que ocurren en el mercado laboral.

## 5.6. Comunicación con nuestros clientes

**En Colombia** creamos una App, llamada “Client Approach” que nos permite llevar un historial de las visitas y llamadas de servicio que se realizan a nuestros clientes a nivel nacional. Además, obtuvimos 707 solicitudes de información de nuestros servicios a través del sitio web. Por otro lado, enviamos por correo electrónico campañas globales de ManpowerGroup, información comercial acerca de los servicios que ofrecemos, invitaciones a charlas, saluciones en fechas especiales, reconocimientos y premios que hemos obtenido como compañía, e información de interés sobre el mundo del trabajo. Asimismo, desarrollamos siete Webinars de las que participaron 242 clientes y dos encuentros presenciales con clientes sobre asuntos legales vinculados al mundo del trabajo y sobre la gestión de la diversidad con un total de 203 asistentes.

**En Paraguay** publicamos nuevas investigaciones y organizamos encuentros presenciales con clientes: el lanzamiento de nuestra nueva oficina corporativa en Asunción, ManpowerGroup Talent Center, con lo cual iniciamos un nuevo concepto en la gestión de recursos humanos; certificación y lanzamiento de Experis; dos ciclos de desayunos de trabajo; y cinco charlas referidas al mundo del trabajo. Participaron en total de estas iniciativas 625 clientes.

**En Uruguay** desarrollamos campañas en redes sociales para informar a nuestros clientes y potenciales clientes sobre el mercado laboral y construimos un nuevo blog institucional.



## 5.8. Encuesta de satisfacción de clientes y asociados

Con el objetivo de mejorar la calidad de nuestros servicios, realizamos en toda la región una encuesta de satisfacción de clientes y asociados. Es un estudio online utilizando la métrica Net Promoter Score (NPS), mediante la cual podemos conocer sus opiniones realizando una sola pregunta:

**“¿Qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?”.**

Los resultados se dan a conocer entre nuestros colaboradores, con la finalidad de corregir cualquier desvío.

Encuesta de satisfacción 2018	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México, Caribe y Centroamérica	Paraguay	Perú	Uruguay
NPS de asociados	52%	35%	35%	75%	59%	33%	50%	63%
NPS de clientes	55%	14%	54%	58%	39%	27%	63%	93%

7 En 2019 no realizamos evaluaciones ya que se está desarrollando a nivel global una nueva herramienta para la realización de las encuestas que será implementada en enero 2020.

8 Corresponde al porcentaje de asociados promotores menos el porcentaje de los detractores.

9 Corresponde al porcentaje de clientes promotores menos el porcentaje de los detractores.

## 5.9. Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

**Nuestros canales para candidatos y asociados están orientados a generar cercanía y transparencia**, así como a facilitar la gestión de consultas y trámites. Las redes sociales y las nuevas herramientas digitales toman un rol preponderante en este diálogo, a la vez que los canales tradicionales como el envío de mails, los encuentros cara a cara, y las llamadas telefónicas siguen manteniendo su vigencia.



**En Argentina, Colombia y México** contamos con una línea telefónica para que los asociados puedan realizar sus consultas, gestionar trámites y reclamos. Además de dar atención personalizada, brinda opciones interactivas que permiten la autogestión sin la necesidad de la intervención de un asesor telefónico. En 2018 hubo más de 4,600 llamados mensuales en Argentina, 1,214 llamados en Colombia, y 4,157 en México. Estos llamados ascendieron a 4,400 en Argentina, 1,050 en Colombia y 4,112 en México en 2019.

**En Argentina y México** desarrollamos la “App móvil Comunidad ManpowerGroup” para asociados que permite realizar consultas de recibos de sueldo, cobros, ART, firmar contratos, referir a un amigo y diferentes procesos y documentaciones. Continuamente incorporamos nuevas funciones que permiten modificar datos de manera fácil y ágil. En México el promedio mensual de ingresos fue de 2,180 en 2018 y 2,158 en 2019, mientras que en Argentina superó los 5,600 usuarios mensuales en ambos años.

## 5.9. Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

**En Argentina, Chile y México trabajamos con el Portal de Asociados**, una herramienta amigable y dinámica, disponible las 24 horas los 365 días del año, a través de la cual pueden gestionar su ficha personal, realizar solicitudes, verificar documentos y acceder a liquidaciones y certificados, entre otras cosas. Durante 2019 se obtuvieron 16,705 interacciones promedio mensual en México. Allí también durante el mismo año, la herramienta de autogestión ManpowerBot tuvo 337 interacciones y 2,804 requerimientos vía correo electrónico promedio mensual.

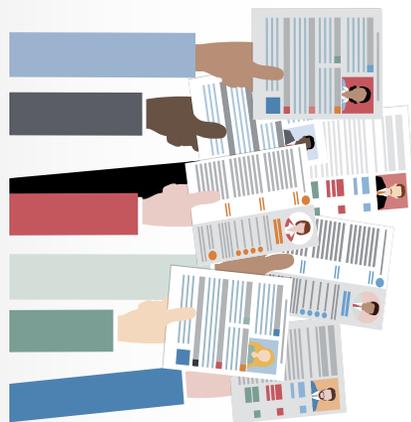
**En Argentina** relanzamos en 2018 el Premio “ManpowerGroup a la Excelencia” donde reconocemos a asociados por su alto desempeño, de acuerdo con los resultados de sus evaluaciones, con una distinción y un diploma. En el primer año reconocimos a 103 asociados y en 2019 a 46.



## 5.9. Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

Asimismo, **en Chile** contamos con una plataforma útil y eficiente para el control de asistencia y la gestión de Recursos Humanos en toda compañía, centralizando toda la información en un sistema seguro y en línea.

**En Paraguay**, en 2019 iniciamos la implementación del “TicketPower” con el equipo de IT, un sistema de turno en espera en el Talent Center. Esta herramienta administra, gestiona y ejecuta un orden de atención mediante el llamado por turnos y tipo de trámite. A través de esta tecnología se buscó dar orden y agilidad a la operativa diaria.



**En Perú** desarrollamos un Boletín impreso de frecuencia trimestral dirigido a los asociados con información sobre la compañía.

**En Uruguay** comenzamos a utilizar la herramienta “Ask Me” digital en las sucursales. De esta forma, mediante una tablet ubicada en la recepción los candidatos y asociados pueden opinar sobre cómo fue la experiencia y el servicio brindado en la sucursal.

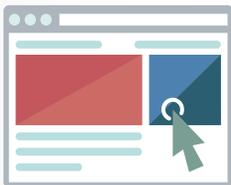
## 5.9. Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

### Redes Sociales

En toda la región la estrategia de redes sociales se centró en la gestión de los contenidos, con el fin de generar interacción con los usuarios y posicionamiento de marca.

**En Argentina**, desarrollamos redes sociales por marca, creamos nuevos perfiles en Instagram para Experis y Manpower, Facebook de Experis, y LinkedIn para todas. Elegimos las redes afines al público objetivo de cada una.

**En Chile**, todos los días del año publicamos contenido de calidad, soluciones e información de interés. Tuvimos un nivel de respuesta del 80% con un tiempo de demora de 4 horas en promedio. Por último, en 2019 obtuvimos 80 nuevas solicitudes de mensajes con dudas e inquietudes sobre vacantes publicadas, en comparación con el año anterior.



## 5.9. Canales de comunicación con nuestros candidatos y asociados

### Nuestra presencia en redes sociales

A diciembre de 2019	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Paraguay	Perú	Uruguay
Twitter (Seguidores)	14,813	1,393	1,488	3,817	29,084	5,418	1,973	3,408
Facebook (Fans)	340,085	185,330	3,382	64,108	263,046	110,119	312,629	43,580
LinkedIn (Seguidores)	142,708	51,858	36,528	102,829	50,933	38,858	107,240	40,556
Instagram	5,225	-	370	8,525	-	4,953	1,491	3,930
Youtube	-	1,542	172	541	-	-	42	145

## 5.10. Nuestra visión sobre tendencias en el Mundo del Trabajo



Capitalizamos nuestro conocimiento a través de investigaciones sobre las organizaciones y las personas en el mundo laboral. Las mismas dan fundamento y consistencia a nuestras propuestas de soluciones de capital humano, y crean oportunidades para compartir e intercambiar perspectivas sobre el mercado laboral nutriéndonos mutuamente con empresas, medios, academia, instituciones y actores de la sociedad civil.



**Lo que los Trabajadores quieren.** Resultados de México, este reporte combina nuestro conocimiento único con datos de nuestra encuesta mundial de Escasez de Talento, el estudio de capital humano más grande en su tipo.



**Encuesta de Expectativas de Empleo ManpowerGroup, ¿Dónde aumentará la contratación de los empleadores? ¿Dónde disminuirá?**



**El Futuro del Trabajo y las Habilidades,** estamos en medio de una revolución de habilidades. Las organizaciones deben adoptar estrategias integradas para crear, adquirir, tomar prestado, y construir puentes hacia el talento necesario para el presente y el futuro.



**La Fábrica del Futuro,** ManpowerGroup y MxD convocaron a más de 30 socios académicos, gubernamentales y de la industria para crear una clasificación que describa las futuras funciones y habilidades digitales que demandará la industria manufacturera y cómo una cultura de innovación y un liderazgo efectivo logran una transformación exitosa de las organizaciones.

## 5.10. Nuestra visión sobre tendencias en el Mundo del Trabajo

**Innovando el Futuro del Trabajo,** invertir en las innovaciones que crean aún más valor para las personas y las organizaciones es el propósito de nuestra estrategia como empresa líder global en soluciones de fuerza laboral.



**Índice total de la fuerza de trabajo 2018,** es el primer índice total de la fuerza de trabajo que contiene: nuevo nivel de visibilidad y conocimiento de todos los segmentos de la fuerza de trabajo; y una comparación de los principales mercados.

**Learnability Quotient**

¿Qué es Learnability?

**Learnability** es: "la habilidad y la capacidad de crecer, adaptarse y ajustar el conjunto de habilidades para seguir siendo relevantes dentro de su vida laboral".

A medida que la innovación tecnológica acelera el ritmo del cambio, aumenta la conciencia de que las personas que buscan oportunidades de aprendizaje necesitan mejor preparación para el crecimiento profesional. Hoy en día, el nivel profesional está disminuyendo tanto por la incapacidad de un individuo para adaptarse al cambio como por su falta de un plan de carrera de largo plazo de su carrera.

"El foco de una nueva medida es atraer, retener, desarrollar y promover a los empleados". Maria Dean, Executive Vice President, Global Strategy and Talent, ManpowerGroup.

**40%** of employees prioritize the opportunity for career development when looking for a new employer!

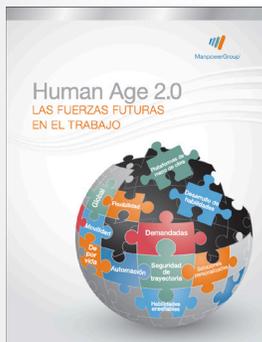
ENCUENTRA TU LEARNABILITY QUOTIENT

**Coefficiente de Aprendabilidad "Learnability",** ¿Qué dice tu Coeficiente Learnability (o LQ) acerca de ti? La tecnología siempre está cambiando y de la misma manera lo hace el lugar de trabajo. El LQ refleja el deseo y capacidad para crecer y adaptarte a nuevas circunstancias y desafíos a lo largo de tu vida laboral. Mostramos a través de este documento algunos hallazgos al respecto.

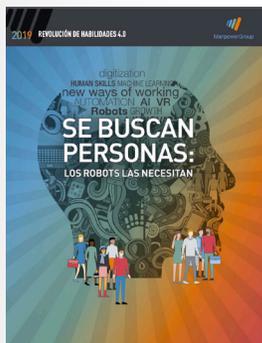


**Resolviendo la Escasez de Talento,** desde hace 12 años investigamos la escasez de talento global y su impacto en el mundo del trabajo.

## 5.10. Nuestra visión sobre tendencias en el Mundo del Trabajo



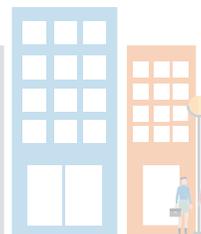
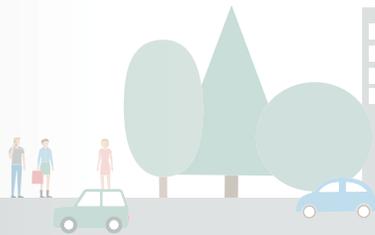
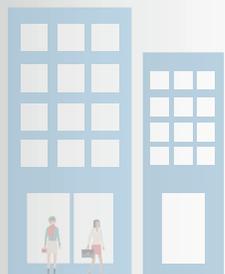
**Human Age 2.0 – Fuerzas Futuras**, estamos viendo el surgimiento de una Revolución de Habilidades. Ayudar a las personas a incrementar sus habilidades y adaptarse a un mundo del trabajo que cambia rápidamente será el desafío que defina nuestro tiempo.



**Se buscan personas: los robots las necesitan**, cada vez se suman más robots a la mano de obra, pero también más personas. Los resultados de nuestras investigaciones evidencian que la mayoría de los empleadores planea aumentar o mantener su personal como resultado de la automatización.



# Diversidad e Inclusión



## 6. Diversidad e Inclusión

**Fortalecemos la diversidad** de las comunidades en las que operamos, mejorando la empleabilidad de poblaciones en desventaja y generando oportunidades para que todos puedan ser parte de la fuerza laboral. De esta forma también contribuimos con la Agenda 2030 de Naciones Unidas y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que mapeamos dentro de nuestra Estrategia de sustentabilidad.

- 65% de nuestra plantilla está conformada por mujeres
- 695 empleados con rol activo en voluntariado
- 83 personas con discapacidad empleadas



**Creemos en valorar** a las personas por sus capacidades, habilidades, experiencias y potencial; sin importar la edad, procedencia, raza, características físicas, mentales, sociales, preferencias sexuales o identidad de género.

**En 2019** fuimos reconocidos por cuarto año consecutivo a nivel global por ser el mejor lugar para trabajar para personas con discapacidad por Disability:IN #DisabilityEqualityIndex; logrando una puntuación del 100% por nuestro compromiso con la inclusión en el lugar de trabajo.

En este marco, damos respuesta a estos desafíos mediante diferentes acciones en los países en los que operamos. En algunos de ellos contamos con programas que fomentan la diversidad e inclusión, Comités liderados por altos mandos de la compañía, así como también planes de capacitación y concientización específicos.

## 6. Diversidad e Inclusión

**En Argentina**, la iniciativa “Construyendo Puentes, hacia un mundo laboral más inclusivo” tiene como objetivo mejorar las condiciones de empleabilidad de las personas participantes de los programas de inclusión: jóvenes de bajos recursos, personas con discapacidad, refugiados, mujeres que buscan reinsertarse laboralmente, colectivo LGBTI y adultos mayores. Desde 2008, más de 2,000 personas consiguieron un empleo y más de 310 organizaciones fueron reconocidas como “Socias en la Inclusión” por ManpowerGroup. Además, contamos con la Escuela de Formación Laboral, un espacio para la capacitación destinado a los participantes de nuestros programas de inclusión laboral. Tiene como objetivo mejorar sus condiciones de empleabilidad con información actualizada sobre el mercado laboral, y orientación vocacional. En 2019 fueron capacitadas 126 personas en la Escuela. Por otro lado, formamos parte de la R.E.D de empresas por la Diversidad de la Universidad Torcuato Di Tella y de la Red de Diversidad e Integración de IDEA.

En 2019, conformamos en Caribe y Centroamérica el Comité de Diversidad e Inclusión laboral compuesto por representantes de cada país. Su finalidad es definir estrategias e iniciativas generales y adaptables a la realidad de cada lugar.



## 6. Diversidad e Inclusión

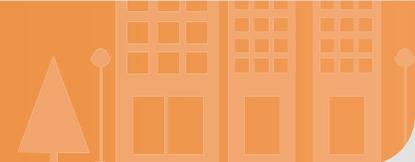
En Chile también lanzamos en 2019 el Comité de Diversidad e Inclusión, que tiene como objetivo favorecer la integración de grupos diversos a oportunidades laborales significativas, dignas e igualitarias. Está conformado por 13 colaboradores voluntarios, con distinto grado de responsabilidad y de diferentes regiones. Para este período se plantearon 4 tareas principales: protocolo de planificación de la constitución del Comité, generación de la política y reglamento, creación del Comité de diversidad e inclusión y formación de sus miembros.

En Colombia, actualizamos el nombre del Manual del Sistema de Gestión de Equidad Laboral, por People Playbook que tiene como finalidad propiciar un ambiente laboral sano y armonioso creando condiciones de igualdad de oportunidades y buscando aumentar la satisfacción personal, familiar y profesional de los hombres y mujeres que hacen parte del equipo de ManpowerGroup Colombia.

Durante 2018, en México terminamos de formar el Comité de Diversidad e Inclusión integrado por los subcomités de: Personas adultas mayores, Personas con Discapacidad, Jóvenes, Comunidad LGBT+, y por último el subcomité de puestos no convencionales y refugiados. Además, dictamos 60 cursos sobre “Sensibilización en la Inclusión” donde concientizamos en la temática a 1,171 asistentes colaboradores de ManpowerGroup a nivel nacional.



## 6. Diversidad e Inclusión



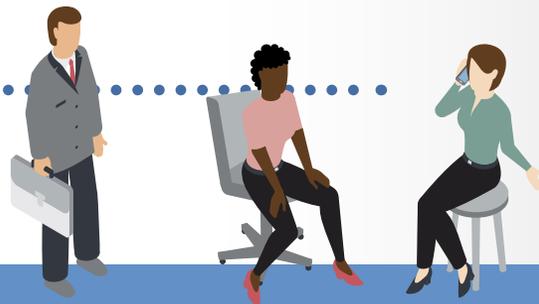
En este mismo camino, la Fundación ManpowerGroup en México, Caribe y Centroamérica tiene como misión “Aportar y respaldar programas dirigidos a impulsar el empleo, el autoempleo y la capacitación de jóvenes y personas en situación de discriminación laboral”. Implementamos 2 programas:

“Caminemos Juntos”, dirigido a integrar personas con discapacidad, adultos mayores de 50 años y otros grupos en situación de vulnerabilidad al mundo del trabajo a través de la articulación con empresas, sociedad civil y gobierno.

“Empresa Comprometida con la Empleabilidad”, dirigido a jóvenes y personas en situación de vulnerabilidad que necesitan mejorar sus habilidades o capacidades para incrementar sus probabilidades de éxito en el mundo laboral. Brindamos cursos de formación presencial que proporcionan herramientas concretas para lograr el objetivo.



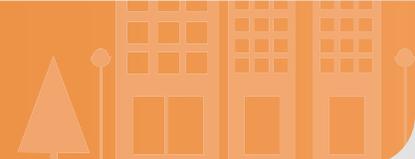
## 6. Diversidad e Inclusión



En Perú contamos con una política de Diversidad y un Comité conformado por 10 colaboradores que tiene como objetivo la promoción de una cultura de diversidad e inclusión con base en el respeto. Los principales ejes de acción son: equidad de género, discapacidad, diversidad cultural, generaciones y comunidad LGBT+. Además, realizamos capacitaciones a 50 líderes acerca de diversidad e inclusión, 30 colaboradores del equipo de recursos humanos sobre sesgos inconscientes y 100 personas participaron en conversatorios de diversidad. A su vez, 450 personas fueron formadas sobre Lenguaje inclusivo a través de un Manual específico en la temática. Organizamos

campañas de comunicación y charlas de concientización en temas de discapacidad, orientación sexual y diversidad cultural. Por otra parte, dentro de los premios Power Awards que se realizan a nivel global y premian a las unidades de negocio y colaboradores en cada país que se destacan en distintos aspectos, creamos la categoría Inclusive Ambassador que reconoce a los principales promotores de la diversidad e inclusión dentro de ManpowerGroup Perú. Así, se realizó una votación general, que resultó en la selección de 12 ganadores, uno por Gerencia, y que fueron reconocidos en diciembre de 2019.

## 6. Diversidad e Inclusión



### Colaboradores por Género

Colaboradores por Género	Argentina		Brasil		Caribe y Centroamerica		Chile		Colombia		México		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Empleados Mujeres	227	218	179	223	100	101	74	73	370	410	1,026	1,055	46	59	355	399	63	63
Empleados Hombres	174	149	67	85	55	47	49	49	119	125	606	608	30	29	246	276	26	27
Total:	401	367	246	308	155	148	123	122	489	535	1,632	1,663	76	88	601	675	89	90

## 6.1. Voluntariado corporativo

Creemos que promover el voluntariado es una práctica que va más allá de generar un impacto a la sociedad y el entorno en el que vivimos. Se trata de una herramienta estratégica, que integra a la empresa y los colaboradores con el objetivo último de humanizar la propia compañía y que los trabajadores crezcan tanto personal como profesionalmente.

En Argentina, desde 2005 desarrollamos el programa “Entrelazados, comprometidos con la diversidad y el trabajo” con el fin de que nuestros colaboradores tomen un rol activo en acciones de promoción de la diversidad e inclusión. Ellos destinan su tiempo, conocimiento y contactos con el objetivo de contribuir a la empleabilidad de personas en desventaja. A su vez, generan vínculos con organizaciones sociales para ampliar nuestra red de aliados en cada zona, transfiriéndoles el conocimiento del mercado laboral y ayudándoles a identificar posibles contenidos de formación. Algunas de las acciones más destacadas del 2018-2019 son:

- Realizamos capacitaciones a los voluntarios para potenciar sus intervenciones. Hicimos foco en temas de diversidad sexual y género.
- Realizamos mentorías con mujeres en situación de vulnerabilidad y jóvenes de bajos recursos del Barrio 31 de ciudad de Buenos Aires.
- Designamos a voluntarios como Promotores en Diversidad, siendo los responsables de colaborar en la difusión de las nuevas temáticas abordadas y de concientizar a otros colaboradores sobre los programas.
- Todos los integrantes del Comité Directivo participaron en al menos una actividad de voluntariado.
- Realizamos un video con el objetivo de generar conciencia sobre los estereotipos que enfrentamos al momento de hablar sobre la inserción laboral de los colectivos más vulnerables.
- 22% de los colaboradores realizaron acciones de voluntariado en 2019.

## 6.1. Voluntariado corporativo

En Caribe y Centroamérica, comenzamos a trabajar con nuestros colaboradores con el fin de generar un impacto positivo en las comunidades donde operamos y desarrollar sus habilidades. Algunas de las actividades que llevamos adelante son: capacitaciones con universidades, reforestación de diferentes zonas, participación en ferias de empleo, y charlas sobre cómo ser empleable, entre otros.

En México, nuestro programa #SoyVoluntario fue adaptándose de acuerdo con las iniciativas e intereses expuestos por parte de nuestros colaboradores, que ya suman 694. Es así, que encontramos distintas formas de participación: acciones con el medio ambiente, trabajo con personas adultas mayores, niñez, personas con discapacidad, personas enfermas y exclusión social. Por otro lado, el Comité de Responsabilidad Social está conformado por representantes de las Unidades de Negocio, quienes coordinan en cada comunidad el “Día del Voluntario” a través de la difusión de la convocatoria, búsqueda de beneficiarios y entregas de donaciones. En 2018 donamos 300 sillas de ruedas y 300 bastones guía, mientras que en 2019 entregamos

150 sillas, 100 bastones guía y 50 bastones de apoyo. Además, nuestro Comité de medio ambiente, conformado por 25 personas, llevó adelante 5 capacitaciones en la temática.

En Perú, el club de voluntarios activos está conformado por más de 100 personas entre colaboradores y asociados y su slogan es “Transformar vidas”. Algunas de las acciones que llevamos adelante son visitas y diferentes actividades en las siguientes organizaciones: Instituto nacional del niño de San Borja, asilos de adultos mayores, casa de madres y niñas, albergues de animales, y actividades por navidad en albergues de niños y bebés.



## 6.1. Voluntariado corporativo

En Paraguay contamos con 4 empleados voluntarios que dictan capacitaciones y dan charlas acerca de diferentes temáticas relacionadas con el mundo laboral. Desarrollan sus actividades en alianza con dos organizaciones:

Fundación Saraki: como miembros del consejo consultivo de la Fundación, desarrollamos un workshop acerca de los desafíos que se presentan en la gestión de recursos humanos y la rápida transformación de las empresas del futuro dirigida a profesionales del área de recursos humanos.

Junior Achievement: realizamos talleres de emprendedurismo, elaboración de CV y preparación para la primera entrevista. Asimismo, fuimos parte del jurado del Foro de Emprendedores del Paraguay durante 2018 y 2019.

En Uruguay llevamos adelante acciones con los voluntarios en las zonas cercanas a nuestras oficinas. Realizamos campañas de reciclado y de recolección de abrigos. Además, colaboramos con el hospital Pereira Rossell de niños y mujeres en la recolección y entrega de insumos para el momento de la internación y continuamos colaborando con la Fundación Pérez Scremini, que trabaja por la cura del cáncer infantil, en la recaudación de fondos. Por otra parte, apoyamos el evento anual Teletón organizado por la Fundación Teletón en Uruguay, que consiste en un programa televisivo transmitido en cadena nacional por los canales de televisión abierta y radioemisoras de todo el país, durante el cual se concientiza sobre la inclusión de las personas con discapacidad y se solicita la colaboración de la ciudadanía. Como una muestra de apoyo a este evento, decoramos nuestras oficinas, difundimos un mensaje para concientizar a nuestros empleados y comunicamos sobre esta temática en nuestras redes sociales.

## 6.1. Voluntariado corporativo

### Voluntariado Corporativo

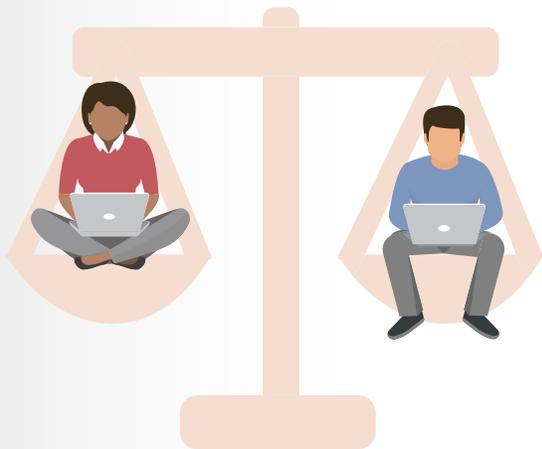
Voluntariado Corporativo	Argentina		Brasil		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Inversión total en horas de voluntariado (USD)	4,558	4,922	310	-	4,436	4,563	85,176	28,489	40	87	564	18,835	1,155	1,143
Cantidad total de horas de voluntariado	499	536	140	172	240	240	5,721	1,828	40	37	228	4,680	40	50
Porcentaje de empleados involucrados	17%	22%	4%	7%	1%	1%	38%	25%	11%	25%	30%	18%	5%	8%
Cantidad de empleados con rol activo	62	80	11	21	6	6	472	457	2	4	57	120	4	7
Cantidad de voluntarios capacitados	76	126	0	0	44	0	N/D	138	0	0	0	0	4	5

## 6.2. Género

**En ManpowerGroup estamos comprometidos con el desarrollo de la mujer** en el mundo laboral. Promovemos la igualdad de oportunidades e implementamos actividades de concientización con nuestros públicos clave con el objetivo de contribuir a cerrar la brecha de género y para que las mujeres puedan alcanzar la plenitud de su potencial humano.

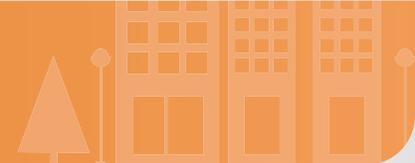
A nivel global existe una brecha salarial del 23% entre hombres y mujeres. Por otra parte, la tasa de actividad en las mujeres es del 63% mientras que en los hombres es del 96% si están casados y 86% si están solteros. Además, las mujeres dedican 3 veces más tiempo al trabajo doméstico y de cuidado no remunerado que los hombres .

En ManpowerGroup estamos comprometidos con el desarrollo de la mujer en el mundo laboral, y con ese fin tenemos una activa participación en espacios públicos y privados, y en la implementación de acciones con colaboradores, asociados y empresas cliente para construir un mercado laboral que brinde oportunidades igualitarias.



**En la compañía a nivel global nos propusimos como meta alcanzar para 2020 un 40% de mujeres en equipos de liderazgo ejecutivo. En este camino, cada país determinó las metas adecuadas para su estructura y contexto local.**

## 6.2. Género



Género	Argentina		Brasil		Caribe y Centroamérica		Chile		Colombia		México		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Mujeres en Comité de Dirección (porcentaje)	25%	34%	60%	67%	50%	0%	29%	29%	0%	0%	54%	50%	80%	50%	33%	42%	44%	44%
Mujeres en Nivel Gerencial (porcentaje)	51%	46%	56%	65%	64%	67%	40%	40%	82%	82%	53%	50%	33%	0%	33%	30%	-	44%
Mujeres en plantilla (porcentaje)	57%	59%	73%	72%	65%	68%	60%	60%	76%	77%	63%	63%	61%	67%	59%	59%	71%	70%

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

### Programa “Con las Mujeres, por la Equidad”



Argentina

Como empresa líder en servicios de capital humano, adoptamos el compromiso de poner en la agenda de los clientes, de nuestros colaboradores, y de la comunidad en general, la importancia de la equidad de género y el valor de la mujer en el mundo del trabajo. Por eso promovimos su participación equitativa, con foco en la conciliación de la vida laboral y familiar.

A través del programa “Con las Mujeres, por la Equidad”, desde hace 11 años contribuimos a crear conciencia sobre las problemáticas que enfrentan las mujeres en el mundo laboral. Algunas de nuestras acciones destacadas son:

Alianza con el Hogar “Casa del Reencuentro” de la Fundación Junta Parroquial Nuestra Señora del Pilar, donde realizamos tres encuentros de orientación laboral y emprendedurismo para 8 mujeres víctimas de violencia.

Desarrollamos una instancia de mentoría junto con la Subsecretaría de Género y Diversidad de la Provincia de Buenos Aires para 10 mujeres víctimas de violencia para potenciar su inserción laboral. Seguimos implementando nuestro Plan Integral de Conciliación con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de equilibrio de la vida personal y laboral de nuestros colaboradores.

Participamos del panel “Conectate con el Futuro del Trabajo” en el evento anual de Management de IDEA (Instituto de Desarrollo Empresarial de la Argentina) abordando el tema: la perspectiva con foco en equidad de género.

Internamente continuamos trabajando en el Plan de Detección de Talentos y de Sucesión con foco en paridad de género a través del cual identificamos aquellos colaboradores que cuentan con las características necesarias para convertirse en futuros líderes. Luego son ponderados a través de una evaluación 360° donde intervienen líderes y pares. Si en esa instancia no hubiere mujeres, tenemos el compromiso de revisar el proceso de identificación. En una segunda instancia, diseñamos planes de carrera para cada sucesor con el fin de acompañar su desarrollo, procurando que haya mujeres en cada nivel. Además, complementamos la iniciativa con un programa de sponsoreo de directores hombres a líderes mujeres.

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

Por otro lado, en el marco del Programa “Ganar-Ganar: La igualdad de género es un buen negocio” de ONU Mujeres fuimos reconocidos por finalizar nuestro Plan de Acción de Igualdad de Género. Este plan tiene el objetivo de fortalecer las políticas de compensaciones, ofrecer servicios de salud específicamente para mujeres y ampliar nuestra cadena de valor con empresas de propiedad de mujeres.

Por su parte, desde 2015 adherimos a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, una serie de lineamientos elaborados a través de una asociación entre ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Asimismo, adherimos a la Iniciativa Público-Privada por la Igualdad de Género en el Mercado del Trabajo del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires y acompañamos a CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento) en su Programa de Protección Social a través de la firma de un convenio marco, el cual propone la realización de eventos enmarcados en el proyecto “Mujeres en el mercado de trabajo: Una deuda y una oportunidad”.

Además, participamos del Premio WEPs Argentina 2019 “Empresas Por Ellas” que tiene como objetivo incentivar, valorar y reconocer los esfuerzos de las empresas que promueven la cultura de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en la Argentina.



### Resultados 2018-2019

**104** mujeres participaron. **58** horas de voluntariado. **11** voluntarios dictaron talleres.

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

### Inclusión de mujeres en puestos clave



Caribe y Centroamérica

En Caribe y Centroamérica, fomentamos la inclusión de mujeres en puestos clave a través de nuestras contrataciones y de las que hacemos para nuestros clientes en cada uno de los países. Todas las publicaciones y requerimientos internos y externos tienen como característica “género indistinto”. Además, elaboramos un documento para fomentar la inclusión, en nuestra área comercial, con nuestros clientes y con los reclutadores. Por último, brindamos conferencias sobre el empoderamiento de la mujer en posiciones de liderazgo.

### Iniciativa Paridad de Género



Chile

En Chile fuimos reconocidos como IPG (Iniciativa de Paridad de Género) “50+ Empresas Agentes de Cambio”, que destaca el trabajo de las primeras 54 empresas que implementaron sus planes de acción para reducir la brecha de género.

Desde hace 3 años somos convocados por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y el WEF (World Economic Forum), para ser parte de la primera iniciativa público-privada que busca generar acciones para aumentar la participación de la mujer en el mercado laboral, disminuir la brecha salarial y contribuir a su participación en posiciones de liderazgo. Conformamos desde entonces el grupo de liderazgo y el grupo técnico, proponiendo medidas y discutiendo sus alcances. Avanzamos en el Informe de auto diagnóstico que entregó los siguientes resultados: en 2019 el 60% de nuestros empleados son mujeres; el 42% ocupa cargos de liderazgo y la brecha salarial es del 4%.

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

### Liderazgo femenino y diversidad



En Paraguay, fomentamos el desarrollo de líderes mujeres. Esto se ve reflejado en la composición de nuestra dotación que cuenta con un plano gerencial de mujeres del 62% y del 68% de Mandos Medios. Además, continuamos colaborando de manera activa en el programa de liderazgo femenino en el capítulo Empresarias de la Cámara de Anunciantes del Paraguay (CAP).



## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

### Política y Sistema de Gestión para la Igualdad de Género



En ManpowerGroup Colombia continúa vigente la Política de Igualdad de Género que establece los lineamientos y el compromiso del país con la temática. Esto se complementa con un Sistema de Gestión de Equidad Laboral certificado con el Sello de Equidad Laboral Equipares, una iniciativa del Ministerio de Trabajo, la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (ACPEM) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Asimismo, se desarrollan iniciativas que buscan alcanzar las metas comprometidas. Destacamos que 9 de nuestras 12 líderes de primera línea, son mujeres.

### Programa Vive

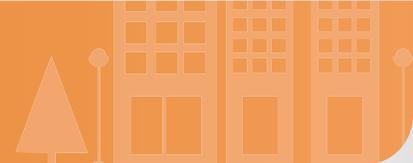


En México, implementamos el programa Vive financiado por Walmart Foundation de Estados Unidos e implementado por The Trust for the Americas (Fundación para las Américas), en alianza con la Fundación ManpowerGroup. El proyecto está dirigido a mujeres mayores de 15 años provenientes de comunidades en situación de vulnerabilidad. Estas mujeres en ocasiones viven escenarios de riesgo que incluyen: violencia, situaciones delictivas, escasa educación formal, y desempleo, entre otros. La iniciativa focaliza sus intervenciones en mujeres que no desempeñen una actividad económica remunerada y que buscan un primer trabajo en el área de retail; o bien que trabajen en el sector informal o que cuenten con empleo de bajo nivel en el sector formal. Con este proyecto, buscamos incrementar las oportunidades y el empoderamiento económico de las mujeres mexicanas. Capacitamos 61,000 personas siendo 50,000 mujeres. El 75% declaró que aumentó su capacidad de tomar decisiones.



En México logramos el primer puesto en el ranking PAR Equidad de Género y el tercer puesto en el mismo ranking de Latinoamérica.

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género



### Fomentamos la paridad de género



Perú

En Perú el 42% de los altos mandos son mujeres, de las cuales 5 son gerentes y directoras. Entre los mandos medios, el 51% son mujeres, de las cuales 74 son jefas.

Nuestro compromiso es continuar trabajando para lograr la igualdad de oportunidades dentro de nuestra compañía sin importar el género y sensibilizar a nuestros colaboradores para que sean agentes de cambio buscando sociedades más inclusivas y diversas. En el marco del programa realizamos las siguientes acciones:

- Creación del Manual de Lenguaje Inclusivo: llevamos adelante capacitaciones a nivel nacional con un 93% de satisfacción.
- Celebración del mes de la mujer: temática “Power Women”
- Celebración del día de la madre: temática “Mamá Power”, logramos un 90% de satisfacción en las participantes.
- Celebración del día del padre: temática “Papá Power”, logramos un 80% de satisfacción en los participantes.
- Celebración día del hombre: temática “Power Man”
- Firma de convenio con AVINABIF, un grupo de mamás voluntarias que trabajan en albergues del Programa Integral Nacional para el Bienestar Familiar (INABIF), buscan brindar protección y cariño a niñas y niños, madres adolescentes, adolescentes con discapacidad y ancianos en situación de abandono. Durante el 2019, ManpowerGroup trabajó con el albergue de niñas madres (entre 12 y 17 años), con el objetivo de ayudarlas a desarrollar habilidades que les permitan ingresar al mundo laboral al cumplir la mayoría de edad, así como reforzar su autoestima a fin de empoderarlas.
- Conseguimos la Certificación PAR: logramos el primer puesto en nuestro sector de equidad de género.

## 6.2.1. Nuestras acciones en materia de género

### Darnos Permiso



Uruguay

Llevamos adelante el evento “Darnos Permiso” en alianza con L’Oreal y ONU Mujeres con motivo del mes internacional de la mujer. Invitamos a mujeres líderes de diferentes ámbitos a participar del espacio para abordar temáticas como: barreras invisibles, y el papel de la mujer en el liderazgo de las organizaciones actuales.



Por otro lado, en 2018 adherimos a WEPs (Womens Empowerment Principles) una iniciativa de ONU Mujeres que busca promover los Principios de Empoderamiento de las Mujeres en las empresas. La iniciativa surge del programa “Ganar-Ganar: la igualdad de género es un buen negocio”, impulsado por ONU Mujeres, la Unión Europea y la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En 2019 recibimos un reconocimiento por participar del premio “El Talento no tiene Género”. También en alianza con ONU Mujeres brindamos talleres de sensibilización de los sesgos inconscientes para el equipo de líderes y multiplicadores.

En lo que respecta a nuestros clientes, llevamos adelante dos actividades para el día de la mujer y día de la madre, con el fin de mostrar cómo trabajamos e impulsamos la equidad de género. Asimismo, realizamos talleres de sensibilización y formación para trabajar en temas de brechas salariales y en incorporar proveedores con perspectiva de género.

## 6.3. Personas con discapacidad

83 personas con discapacidad empleadas en ManpowerGroup Latam

Según se estima, a nivel global unos 386 millones de las personas en edad de trabajar tienen alguna discapacidad. El desempleo alcanza hasta un 80% en algunos países.

Desde ManpowerGroup a nivel mundial, realizamos varias campañas de sensibilización y concientización.

En este marco, estas son algunas de las acciones que desarrollamos para promover oportunidades de empleo y de formación para las personas con discapacidad.

## 6.3. Personas con discapacidad

### Oportunidades para Todos



Argentina

A través de este programa, formamos y acompañamos desde hace 15 años a las personas con discapacidad para su inserción laboral y asesoramos a las empresas para promover la inclusión en sus equipos de trabajo. Trabajamos en alianza con organizaciones gubernamentales, organizaciones sociales e instituciones educativas donde cada uno suma valor para ampliar el impacto.



En 2018-2019 realizamos 12 talleres de formación laboral para 175 personas con discapacidad a través de nuestra Escuela de Formación.

1.229 personas con discapacidad consiguieron empleo desde el lanzamiento del Programa, hace más de 15 años.

En la distinción Sello Gestión Inclusiva otorgado por la Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS) fuimos reconocidos por nuestra gestión en materia de inclusión laboral de personas con discapacidad, específicamente en el ámbito de “Accesibilidad universal al entorno”.

### Comité de Diversidad con foco en personas con discapacidad



Brasil

Contamos con un comité de diversidad dedicado a brindar espacios de dialogo para las personas con discapacidad: discutir sus dificultades a la hora de buscar empleo, responder a sus dudas y así impulsar un entorno inclusivo y próspero. Además, contamos con un grupo de líderes comprometidos con el desarrollo de las personas con discapacidad que intercambia buenas prácticas y desafíos que transitan los empleados con discapacidad y realiza visitas a instituciones que trabajan en la temática, entre otras acciones.

## 6.3. Personas con discapacidad

### Sello Incluirse



Fuimos la primera empresa de la industria en Honduras en recibir el sello de cumplimiento de toda la normativa para la tercerización. En esta línea, definimos la inclusión laboral como una estrategia de negocio y empoderamiento para la economía y planteamos diferentes acciones que tienen como objetivo lograr una mayor inclusión entre las empresas que participamos en la primera edición del programa. Además, realizamos las siguientes actividades a las cuales invitamos a nuestros clientes, asociados y distribuidores:

- Capacitaciones a nuestro equipo en Honduras sobre la temática.
- Acondicionamiento de nuestras salas y oficinas.
- Participación en la charla de empleo para personas con Discapacidad en UNAH San Pedro Sula.
- Participación de 5 voluntarios en el proceso.



## 6.3. Personas con discapacidad



### Capacitaciones e inclusión



Chile

Realizamos capacitaciones en lenguaje inclusivo y sesgos inconscientes de los que participaron el 92% de los colaboradores. Además, incorporamos a 2 personas con discapacidad a nuestros equipos de trabajo.

### Inclusión de personas con discapacidad



Colombia

Estamos comprometidos con la inclusión de personas con discapacidad. Es así que incorporamos como asociados a 5 personas con discapacidad auditiva.



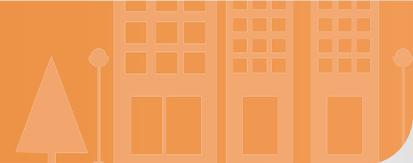
### Red Caminemos Juntos



México

Formamos la red “Caminemos JUNTOS”, integrada por 91 empleados. A través de ésta brindamos capacitaciones en “Sensibilización en la Inclusión y Entrevista para personas con Discapacidad” con la finalidad de trabajar sobre los procesos de reclutamiento y selección con foco en la diversidad de los grupos.

## 6.3. Personas con discapacidad



### Creando lazos desde la inclusión



Paraguay

Durante 2019 invitamos a personas con discapacidad de la Fundación Saraki, de cuyo Consejo Consultivo formamos parte, a visitar nuestro Talent Center en donde todo el equipo los recibió y les compartió nuestros pilares, misión, valores y credo. Además, realizaron una recorrida por cada uno de los departamentos de la compañía. Finalmente realizamos una charla taller acerca de cómo crear el CV y pasos para tener una entrevista exitosa. Participaron de la visita 15 personas y 2 voluntarios.



#### Testimonio

“Fue una experiencia desafiante, pues la mayoría de las personas tenían discapacidad auditiva y tuvimos que aprender un poco de lengua de señas, acompañados por una intérprete. Pero a la vez pudimos “palpar” las dificultades que ellos encuentran a la hora de querer trabajar y cómo podemos ayudarlos a encontrar y desarrollar su talento más allá de la discapacidad que presenten”. Voluntaria.

### Sensibilización interna



Perú

Capacitamos a nuestros colaboradores sobre la discapacidad y realizamos un taller de sensibilización con las organizaciones Fundades y Conadis. También difundimos este tema mediante nuestros canales de comunicación interna y formamos parte de la Red de empresas y discapacidad y la Red iberoamericana y discapacidad.

## 6.3. Personas con discapacidad

### Oportunidades para Todos

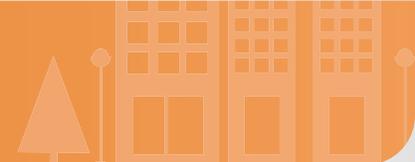


Uruguay

En septiembre de 2019 y el marco de la Ley N° 19691 de inclusión y promoción de personas con discapacidad lanzamos el Programa Oportunidades para Todos, en adhesión al programa desarrollado en Argentina. El proyecto es llevado adelante por un equipo experto y colaboradores voluntarios. Los pasos que seguimos fueron los siguientes:

- Conformamos un equipo compuesto por una responsable, una evaluadora específica para estos procesos, una terapeuta ocupacional y 3 colaboradores voluntarios.
- Diseñamos el proceso de selección específico para estos casos. Invitamos a nuestros clientes a una charla donde presentamos los aspectos para trabajar en discapacidad y también el marco normativo. Creamos un mail específico para que puedan enviar CV's para el programa.
- Generamos contactos con diferentes organizaciones como la Comisión Nacional Honoraria de Discapacidad, Instituto
- Nacional de Ciegos, ProIntegra, Agora, ASUR, y UNCU. Trabajamos el proceso de selección para dos clientes con éxito gracias a lo cual se incorporaron dos personas con discapacidad a las empresas.
- Enviamos mensualmente a clientes activos e inactivos información sobre el programa. Además, difundimos información en las redes sociales.

## 6.4. Jóvenes



La Organización Internacional del Trabajo alerta sobre una generación “marcada” por una crisis mundial del empleo juvenil cada más vez grave. La exclusión de los jóvenes de las trayectorias hacia el trabajo decente se traduce en pérdidas de bienestar, actuales y futuras, para la sociedad en su conjunto. En América Latina y el Caribe hay cerca de 10 millones de jóvenes que quieren incorporarse al mercado laboral y no lo consiguen. La tasa de desocupación ronda el 18% .

En este contexto desde ManpowerGroup estamos comprometidos con mejorar la inserción laboral de jóvenes a través de diferentes acciones en los países en los que operamos y mediante alianzas con actores clave que generan impacto positivo en esta materia.



## 6.4. Jóvenes

### Juntos por los jóvenes



Argentina

Acompañamos a jóvenes de entre 18 y 30 años en situación de vulnerabilidad a insertarse en el mercado laboral. Los asesoramos acerca de las competencias necesarias y sobre los procesos de postulación en actividades de formación, junto a nuestros voluntarios y actores de la sociedad civil.

Este trabajo lo hacemos en alianza con nuestros voluntarios y actores de la sociedad civil, con el fin de planificar actividades de formación de acuerdo con las necesidades de mercado. Desde los inicios del programa ya participaron en las actividades de formación laboral 12,481 jóvenes.

Acciones destacadas 2018-20119:

- Junto con el Banco HSBC y la Consultora Zigla participamos de la investigación sobre discriminación laboral a jóvenes provenientes de contextos vulnerables.
- Acompañamos a la Fundación Forge en ferias de trabajo, conectando a jóvenes con potenciales empleos. También evaluamos a 167 jóvenes para conocer su evolución después de participar del programa de la Fundación.
- Nos sumamos al programa BA Ciudad Colaborativa de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires junto a otras empresas, organizaciones sociales y sector público, donde 250 jóvenes participaron de un encuentro con referentes de distintas profesiones que contaron su desarrollo de carrera con el fin de inspirar su futuro y desmitificar estereotipos.
- El 100% de los miembros del Comité de Dirección realizaron charlas formativas sobre el mercado laboral y mentorías a 77 jóvenes, quienes tuvieron la oportunidad de conocer la trayectoria de los líderes de la compañía e intercambiar conocimientos y experiencias. Participamos del programa “Socios por un Día” de la organización Junior Achievement donde voluntarios llevaron adelante entrevistas a más de 1,100 estudiantes en plena decisión vocacional.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (OIT).

## 6.4. Jóvenes

### **Promoción del empleo en el Barrio 31**

Firmamos un acuerdo con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para promover la empleabilidad en el Barrio 31. La alianza busca el desarrollo de acciones conjuntas para integrar y facilitar el acceso al empleo a poblaciones de mayor vulnerabilidad.

En este marco, organizamos 16 talleres de formación para 197 personas y 14 entrevistas grupales, alcanzando a 113 participantes. Los talleres dictados tuvieron temáticas distintas: Formación laboral (con herramientas para potenciar la inserción laboral), la importancia de las Habilidades blandas y a su vez sobre diferentes puestos de trabajo (Camareros, Ventas y atención en Call Center)



## 6.4. Jóvenes

### Programa de capacitación para el primer empleo



Brasil

A raíz de un trabajo de investigación desarrollado por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) en Brasil, a partir del cual se detectó un alto nivel de desempleo entre los jóvenes de hasta 24 años; desde el año 2000 contamos en este país con una Política expresa de inserción al mercado laboral para jóvenes, apalancada en la “Ley de Aprendices” que establece un mínimo de cupo para la contratación de pasantías por parte de medianas y grandes empresas, con el fin de promover el acceso al primer empleo. En este contexto, generamos alianzas con NUBE, Institut Saber y Centro de Integração Empresa Escola (CIEE), organizaciones sin fines de lucro referentes en la inserción laboral de jóvenes paulistas, a partir de lo cual contratamos aprendices todos los años y cumplimos así con el cupo establecido para la empresa.

### +Talento



Colombia

Desde hace 4 años en Colombia llevamos adelante el programa que busca formar en habilidades para el trabajo a estudiantes universitarios. En convenio con la Corporación de Egresados de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia formamos a 155 estudiantes de las carreras de administración de empresas, economía y contaduría. Además, 5 voluntarios de ManpowerGroup participaron como capacitadores.



## 6.4. Jóvenes

### Empresas comprometidas con la empleabilidad



Por medio de la Fundación ManpowerGroup, y a través del curso “Perfilando Talento Joven”, nuestros voluntarios preparan a los participantes para la búsqueda laboral. Luego, brindan las herramientas necesarias para las entrevistas y los acompañan en la elaboración del CV. Finalmente, los vinculamos con las empresas cliente de ManpowerGroup para cubrir las vacantes acordes a su perfil. Trabajamos en alianza con ONGs, asociaciones y universidades. Brindamos 44 cursos de los que participaron 2,172 asistentes durante 2019 en todos los países de la región.

Por otro lado, en Alianza con Junior Achievement participamos de Socios por un día donde voluntarios de nivel de mando medio y directivo reciben durante un día a jóvenes de escuelas públicas en su último año de colegio para que puedan observar las competencias necesarias en las diferentes áreas de la compañía. También los ayudan a conocer el mundo del trabajo y los orientan en la elección de una carrera. En México nos acompañaron 40 jóvenes de la organización.

### Alianza para el trabajo digno de jóvenes



En 2019 integramos la red laboral “Alianza para el trabajo digno de los jóvenes” con diversas empresas e instituciones. Con motivo del Día de la Juventud, realizamos el lanzamiento público de la iniciativa. El objetivo es visibilizar la exclusión que enfrentan los jóvenes que habitan en las principales zonas urbanas del país, desde una perspectiva integral que atienda las insuficiencias del sistema educativo; la desvinculación entre la educación y las demandas del mercado laboral; la precariedad del ingreso y la falta de seguridad social.

## 6.4. Jóvenes

### Jóvenes Construyendo el Futuro



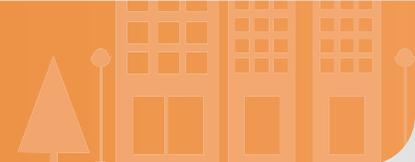
Este Programa desarrollado por el Gobierno de México a nivel nacional busca apoyar a jóvenes mexicanos que no estudian ni trabajan, para capacitarse en el mundo laboral y tener un empleo. Desde ManpowerGroup México ofrecemos 250 posiciones para becarios. En febrero de 2019 se incorporaron los primeros 100 jóvenes a nuestras unidades de negocio

La capacitación que ofrecemos consiste en 5 horas diarias, de lunes a viernes, basada en una metodología de aprendizaje que incluye materiales en línea y ejecución de las actividades por parte del becario bajo supervisión, hasta que pueda realizar alguno de los procesos por sí solo. Participaron 78 tutores de la compañía.

Durante 2019, ofrecimos a los jóvenes participar del proceso de certificación como reclutador de personal. Así, fuimos la primera empresa de México en apoyar para que 100 jóvenes obtuvieran una certificación por parte del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER) en los siguientes temas: reclutamiento, selección de personal y vocería. A su vez, somos parte del Comité de Gestión de Competencias ante el CONOCER, lo que nos permite llevar adelante estándares basados en estudios realizados por Manpower para atender las demandas de las personas en cuanto a competencias laborales.

Además, en noviembre de 2019 recibimos un reconocimiento por parte de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, así como del Consejo Coordinador Empresarial por nuestro compromiso con el programa.





### Resultados 2019

250 posiciones ofrecidas a becarios.

100 jóvenes ingresaron a nuestras unidades de negocio.

70% de nuestros becarios son mujeres.

La edad promedio de los participantes es de 24 años.

78 tutores de ManpowerGroup de 52 unidades de negocio.

80% de los becarios se siente muy bien en su capacitación.

85% de los jóvenes nos han dicho que desea seguir estudiando y aprendiendo nuevas habilidades.

#### Testimonio

“Me siento gratificada y orgullosa de contar con más de una certificación, ya que esto me da un panorama más amplio acerca de distintas competencias laborales, aumenta los conocimientos e, incluso, genera nuevos aprendizajes cada vez mejores. Todos deberíamos investigar un poco más acerca de qué tratan los procesos de certificación ya que a veces ignoramos los beneficios.” Jhovana Ruby Peralta Sánchez, participante del Programa.

### Junior Achievement y Fundación Paraguaya



Paraguay

En 2019, firmamos un acuerdo con Junior Achievement y la Fundación Paraguaya en pos de la educación de los jóvenes para el acceso a un trabajo digno. Desde ManpowerGroup brindamos capacitaciones en los diferentes programas relacionados con la empleabilidad buscando contribuir con la disminución de la brecha entre el desempeño del país y el desempleo en la población joven. En esta línea desarrollamos las siguientes acciones llevadas adelante por 15 voluntarios:



#### Marathon Millenials:

550 jóvenes de diversos colegios fueron capacitados en orientación laboral y el primer empleo. En 2019, la charla fue dirigida a alumnos de primeros años de la Universidad Americana y de la Universidad del Pacífico.

Involucramiento en Programas de Junior Achievement: 300 jóvenes.

Ferias de empleo.

Charlas y exposiciones a jóvenes en colegios.

## 6.4. Jóvenes

### Perú



En Perú, nos proponemos brindar igualdad de oportunidades a jóvenes de bajos recursos para poder insertarse en la vida laboral a través de charlas de elaboración de CV, rol play de entrevistas, y participación en ferias laborales. Participaron 8 voluntarios que destinaron 20 horas a estas iniciativas.

### Programa de inclusión de jóvenes de bajos recursos



Uruguay

Continuamos trabajando en el programa de reclutamiento de candidatos en etapa de formación junto a una red de instituciones y organizaciones de barrios de bajos recursos. Capacitamos a más de 900 jóvenes de diversas instituciones y a su vez participamos en Ferias Laborales de la UM, UCU, FCEA y en el Smart Talent junto con Uruguay XXI, donde el número aproximado de asistentes a nuestro stand fue de 150 personas en cada una. De ellos se insertaron en el mercado laboral en este último año al menos un 30%. Además, brindamos 35 charlas y formamos a 700 estudiantes entre 16 y 18 años. Por último, por tercer año consecutivo seguimos trabajando con Junior Achievement en el programa “Socios por un día”.

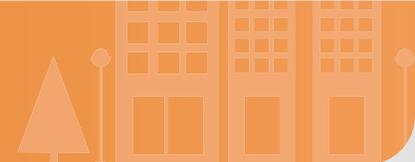
Por otro lado, continuamos realizando el programa interno “El Día del Candidato”, una jornada especial para los candidatos que están activamente buscando empleo. La finalidad es ofrecerles capacitación en torno a temas de mercado y preparación para una entrevista laboral.

A su vez, continuamos trabajando en alianza con Fundación Forge para la formación de candidatos y con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social para la Promoción de la Ley de Empleo Juvenil que contempla al alto índice de desempleo de los jóvenes, con el objetivo de fomentar la contratación de personas entre los 15 y 29 años.



En América Latina el fenómeno migratorio se ha expandido en volumen, dinamismo y complejidad durante las últimas décadas y está estrechamente vinculado con el mundo del trabajo y la búsqueda de oportunidades de empleo y trabajo decente. Es así que, siendo una de las empresas líderes de servicios de capital humano nos comprometemos a ofrecer herramientas para mejorar la empleabilidad de las personas que se encuentran fuera de su país.

## 6.5. Personas refugiadas y migrantes



### Sin Fronteras



Argentina

Firmamos un acuerdo junto con ACNUR, la Agencia de la ONU para los Refugiados, y otras 9 empresas para trabajar por la inclusión socioeconómica de las personas refugiadas que habitan en la Argentina. El objetivo es contribuir con la situación de las más de 165,000 personas que frente a situaciones de persecución étnica, religiosa, política, conflictos armados, u otras causas, tuvieron que huir de sus países. Las empresas firmantes nos comprometimos a facilitar oportunidades de empleo digno, promover instancias de capacitación, desarrollar acciones de promoción de la empleabilidad, brindar apoyo a emprendimientos, y generar acciones de difusión y sensibilización sobre la temática.

En esta línea, desde hace 12 años, a través de nuestro programa “Sin Fronteras”, proveemos herramientas para la búsqueda de empleo y acompañamiento en la adaptación a los nuevos contextos de vida a personas refugiadas y migrantes en la Argentina. Nuestros voluntarios brindan actividades de formación sobre las características del mercado laboral argentino y, dependiendo de sus perfiles e intereses, les otorgamos la posibilidad de tener una entrevista en sucursales y ser parte de nuestra base de datos. En estos dos últimos años, realizamos una campaña de concientización en la materia y ampliamos el material del taller de formación laboral en cuestiones legales, poniéndolo a disposición también en idioma inglés.

### Resultados 2018-2019

- | **79** personas refugiadas participaron de las 4 actividades de formación
- | **18** refugiados entrevistados en nuestras oficinas
- | **35** horas de participación de 9 voluntarios de ManpowerGroup.

## 6.5. Personas refugiadas y migrantes

### Alianza con ACNUR



Brasil

En asociación con ACNUR desde 2019, centramos nuestro trabajo en potenciar la empleabilidad de las personas refugiadas en el mercado laboral brasileño y estamos difundiendo la temática por medio de nuestras redes sociales. En julio de 2019 desarrollamos la primera iniciativa en San Pablo con el objetivo de mejorar la capacidad de 25 organizaciones que apoyan a los refugiados en el país. Brindamos un taller de dos días sobre el mercado laboral brasileño y cómo preparar a los refugiados para una entrevista de trabajo. Durante el segundo día, trabajamos junto a refugiados para que las organizaciones pudieran poner en práctica los conocimientos adquiridos el día anterior.

Por otra parte, en septiembre del mismo año participamos del programa “Empoderamiento de mujeres refugiadas” de ACNUR. Así, participaron 50 mujeres refugiadas, de las cuales 28 eran venezolanas, en un taller sobre empleo de 6 horas de duración. Además, dos empleados de ManpowerGroup se trasladaron a Boa Vista, una ciudad ubicada junto a la frontera con Venezuela, para capacitar a más de 500 refugiados y que puedan buscar empleo en Brasil.



## 6.5. Personas refugiadas y migrantes

### Programa Talento sin Fronteras



El programa Talento sin Fronteras fomenta el desarrollo de habilidades de personas refugiadas en Panamá y promueve el acercamiento con el sector privado. En el primer año del programa, 280 personas participaron y el 30% logró ingresar a un empleo formal. También invitamos a clientes e instituciones gubernamentales a las ferias de empleo e iniciativas de sensibilización.

#### Testimonio

“Fuimos invitados por ACNUR a Ginebra, Suiza a presentar los resultados del programa Talento Sin Fronteras impulsado por ManpowerGroup en Panamá. Vine a cumplir con mi misión de trabajo, la cual me enorgullece mucho, pero después de vivir más de cerca esta experiencia veo que nuestro trabajo en realidad ayuda a cambiar vidas”.  
Ignacio Casillas Orozcós, Director.



## 6.5. Personas refugiadas y migrantes

### Concientización en el Día del Migrante



Chile

En 2019, para el Día del Migrante, desarrollamos una campaña interna de reconocimiento para las personas migrantes que trabajan en nuestra compañía a través de testimonios por videos. Asimismo, en la celebración de nuestras fiestas patrias en septiembre incorporamos sus banderas en la decoración.

ManpowerGroup Chile

Nasarid Ramírez - 18 de diciembre de 2018 a las 12:47

Hoy 18 de Diciembre, se conmemora el Día Internacional del Migrante...

A lo largo de la historia de la humanidad, la migración ha sido una expresión valiente de la determinación individual de superar la adversidad y buscar una mejor vida.

En ManpowerGroup creemos que la diversidad nos hace especiales. Venimos y vamos hacia diferentes lugares pero siempre nos cruzamos en algún punto en el que compartimos experiencias y aprendizajes que nos hacen mejores.

En el Día Internacional del Migrante, tenemos una meta en común: "Construir una sociedad inclusiva e integral".



## 6.5. Personas refugiadas y migrantes

### Apoyo a retornados, refugiados y migrantes



México

En México, brindamos el curso “Perfilando Talento” a personas migrantes que están en trámite para la obtención de su condición de refugiadas, con la finalidad de mejorar sus habilidades o capacidades para incrementar sus probabilidades de éxito en el mundo laboral. Lo llevamos adelante en alianza con Casa Refugiados. Dictamos 7 cursos a los que asistieron 127 personas.

Continuamos aportando a HolaCode , una empresa social mexicana con la misión de promover el acceso al empleo de alta demanda para los jóvenes retornados a México desde los Estados Unidos. Además, seguimos acompañando a Asylum Access a beneficio de la plataforma La Ruta de la Hospitalidad y las comunidades migrantes de Centroamérica.



## 6.5. Personas refugiadas y migrantes

### Abriendo fronteras y rompiendo barreras culturales

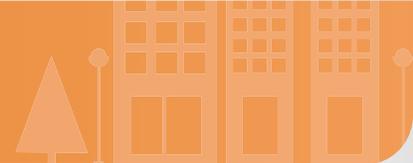


Continuamos en el proceso activo de asesorar, contratar y gestionar con nuestros clientes la incorporación de personas extranjeras. Brindamos asesoramiento en 2018 y 2019 al 30% y 45% respectivamente de nuestros clientes con el fin de contratar personas del extranjero. Orientamos a nuestros clientes en términos

de diferencias culturales, actitudinales y competencias. Además, continuamos trabajando en alianza con actores clave en la temática como ACNUR, Manos Veneguayas e Idas y Vueltas.



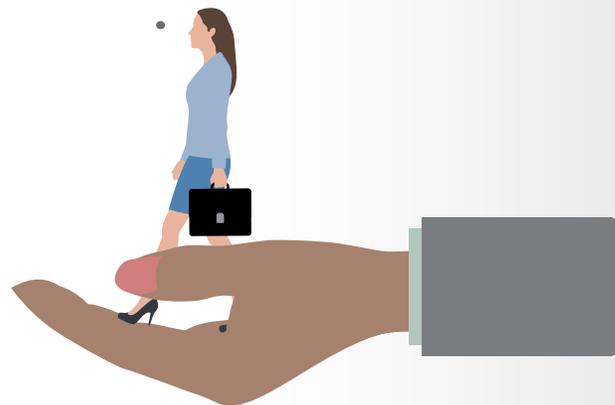
## 6.6. Personas mayores de 45 años



Las personas mayores de 45 años sin empleo enfrentan un gran desafío en su búsqueda por reinsertarse al mercado laboral. Ellos enfrentan dificultades para incorporarse al sistema en un contexto en donde los cambios tecnológicos son constantes y la formación requerida para cubrir determinados puestos es cada vez mayor.

## 6.6. Personas mayores de 45 años

**En Argentina**, mejoramos las condiciones de empleabilidad de personas mayores de 45 años para que puedan reinserirse laboralmente a través del programa “Mayores Talentos. Valorando la experiencia”. Generamos alianzas con la AMIA, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la Municipalidad de Almirante Brown y la de Morón. Durante 2018 y 2019 realizamos 16 actividades de formación laboral con 209 participantes. Por su parte, 72 adultos mayores participantes de nuestro programa fueron entrevistados en nuestras oficinas.



**En México**, por medio del programa “Caminemos Juntos” buscamos integrar a la fuerza laboral a personas adultas mayores. En 2018 y 2019 logramos contratar a 365 personas con estas características. Además, generamos una alianza con la organización “Universidad de la Tercera Edad” para incrementar el número de candidatos y cubrir un mayor número de vacantes.

**En Colombia**, contamos con más de 60 personas en nuestro equipo que son mayores de 45 años ya que creemos que el ejemplo es la mejor forma de sensibilizar.

## 6.6. Personas mayores de 45 años

**En Perú**, en el marco del programa “Empleabilidad” brindamos herramientas y acompañamos en su recorrido profesional a personas de la generación Baby Boomers, dándoles la posibilidad de reinsertarse en el mundo laboral.

Dictamos 4 talleres sobre: autoconocimiento, marca personal, desarrollo de CV, red de contactos, redes sociales, entrevista, negociación y emprendedorismo. Algunos resultados fueron:

92% de satisfacción del programa

12 horas de taller

23 personas certificadas

20 voluntarios involucrados

## 6.7. Diversidad sexual



Promovemos el respeto y la inclusión de la diversidad sexual en el ámbito laboral.

En Argentina en 2018 definimos la identidad de nuestro programa de inclusión que promueve la diversidad sexual en el ámbito laboral bajo el nombre “Orgullosos de nuestra Diversidad”. Continuamos capacitando a nuestros colaboradores con el fin de concientizar en la temática y pusimos el foco en rediseñar procesos internos y participar en las redes de diversidad sexual. En esta línea, firmamos la carta compromiso de Pride Connection Argentina, la red de empresas comprometidas con la diversidad que busca compartir, fortalecer y fomentar mejores prácticas hacia la inclusión laboral de la comunidad LGBT. También, organizamos desayunos con clientes con el fin de generar espacios en los cuales compartir conceptos e ideas clave sobre la inclusión de la diversidad sexual en el trabajo. En 2019, trabajamos junto al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en acciones que potencien la inserción de la comunidad LGBTI+ y avanzamos con entrevistas individuales a candidatos que se alineaban a las vacantes vigentes. Brindamos capacitaciones sobre diversidad sexual para 55 colaboradores y organizamos el encuentro interno “Orgullo, diversidad e inclusión”.

En México, el Comité de Diversidad e Inclusión cuenta con un subcomité específico dedicado a la Comunidad LGBT+.

A su vez, en Perú conseguimos la Certificación Presente que nos reconoce como una de las 20 mejores empresas del país en relación con el trabajo con la comunidad LGBT.

## 6.8. Conciliación de la vida laboral y personal

El equilibrio entre la vida personal y laboral de los empleados favorece su salud física y mental y su satisfacción. Es por eso que estamos comprometidos con la implementación de prácticas que contribuyan con la calidad de vida de nuestros colaboradores



**En Argentina** en 2019 ampliamos el alcance del Plan Integral de Conciliación con nuevas políticas en base a tres nuevos pilares: Celebración, Vida Saludable y Flexibilidad. El objetivo es ofrecer una propuesta de valor con diferentes opciones de flexibilidad laboral para mejorar la integración trabajo - familia. Además, buscamos generar un ambiente que favorezca la conciencia sobre prácticas saludables. Por otro lado, continuamos participando activamente desde hace 10 años del Club IFREI (Del Centro Confye del IAE Business School) una red de empresas promotoras de una cultura flexible y de la responsabilidad familiarmente corporativa.

**En 2018 Luis Guastini, Director General de ManpowerGroup Argentina fue reconocido por la Fundación Padres, junto al apoyo académico de CONFyE – IAE Business School, en la categoría “Líder comprometido” por su desempeño en incentivar prácticas innovadoras de conciliación de la familia y el trabajo para los colaboradores.**

**En Colombia** nuestro Comité de Convivencia Laboral, tiene como finalidad promover un excelente ambiente, velando por el trabajo justo y digno. Asimismo, dicho comité puede abordar y buscar soluciones a aquellas solicitudes y reclamos correspondientes a temas relacionados con la flexibilidad laboral. En esta línea, desarrollamos la aplicación +Productivos a través de la cual se promueve la conciliación entre la vida personal y laboral de nuestros empleados.

## 6.8. Conciliación de la vida laboral y personal

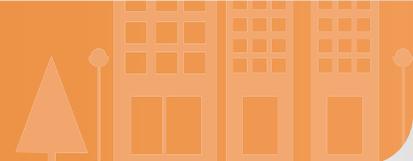
**ManpowerGroup México:** Empresa Familiarmente Responsable 2016-2019 otorgada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno Federal.



En Uruguay, contamos con un Comité de conciliación que impulsa la conciliación personal y laboral de nuestros colaboradores. En esta línea, el 100% de los empleados ha utilizado al menos una política de conciliación. También realizamos un taller acerca de la importancia del rol de ser madre y en 2019 desarrollamos el evento ManpowerLandia donde nuestra oficina se convirtió en un lugar de diversiones que dimos a conocer a nuestros hijos como un espacio para el disfrute y la conexión con otros.



## 6.8. Conciliación de la vida laboral y personal



En cada país desarrollamos diferentes propuestas de valor para los colaboradores relacionadas con la conciliación entre la vida laboral y la personal. Algunos destacados son: se pueden poner las banderas de los países.

### **Licencias por maternidad y paternidad:**

extensiones de las licencias, licencia optativa paga posterior a la licencia por maternidad y paternidad, reducción temporaria de jornada para madres que se reintegran de la licencia por maternidad, acceso al 100% del bono sin descuentos por licencias pre y post parto; licencia por adopción, licencia por hijo prematuro o con discapacidad y coach para acompañar el regreso de licencia por maternidad. Argentina, Chile, Colombia, Perú, Uruguay, Caribe y Centroamérica.

**Flexibilidad laboral:** teletrabajo, horario laboral flexible, viernes laboral flexible, medio día flexible, y horarios especiales en temporada de verano. Argentina, Colombia, México, Caribe y Centroamérica, Uruguay

**Bienestar:** espacios para actividades recreativas y pausas saludables; yoga y sesiones de masajes. Argentina, Colombia, México, Caribe y Centroamérica, Perú, Uruguay

**Familia:** jornada con hijos de colaboradores en el lugar de trabajo, programas de verano, políticas de adecuación laboral para cuidados de familiares enfermos. Argentina, Colombia, México, Caribe y Centroamérica, Perú, Uruguay

**Tiempo libre:** días adicionales de vacaciones de acuerdo con la antigüedad, tiempo libre para la celebración del cumpleaños. Argentina, Colombia, México, Caribe y Centroamérica, Perú, Uruguay

## 6.8. Conciliación de la vida laboral y personal

Licencias por Nacimiento	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
<b>Mujeres</b>																
Empleadas que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento	8	11	7	N/D	4	3	11	16	45	42	5	3	18	18	0	0
Tasa de regreso al trabajo	87.5%	55%	100%	N/D	50%	33%	91%	100%	87%	76%	80%	100%	0%	72%	-	-
Tasa de retención	100%	89%	N/D	N/D	100%	50%	88%	100%	N/D	59%	N/D	100%	100%	100%	100%	-
<b>Hombres</b>																
Empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento	0	7	0	N/D	0	0	1	2	N/D	3	0	1	15	12	0	2
Tasa de regreso al trabajo	-	100%	0	N/D	-	-	100%	100%	N/D	100%	-	100%	0%	100%	-	100%
Tasa de retención	100%	57%	89%	N/D	-	-	100%	100%	N/D	100%	-	-	-	100%	75%	-

## 6.9. Consultoría en Diversidad e Inclusión

- Análisis del entorno laboral
- Diseño y planeamiento
- Implementación
- Soporte post implementación

- Assessment grupal
- Evaluación de perfil laboral
- Servicio de adecuación al puesto
- Desarrollo de planes de carrera para personas de grupos vulnerables



- Asesoramiento en el proceso de outplacement tanto al cliente como a la persona
- diseño, preparación y realización de talleres de:
  - Concientización en diversidad
  - Herramientas de selección
  - Reconcientización
  - La comunicación en la discapacidad auditiva: conocimientos básicos de la lengua de señas

### El trabajo y compromiso por la diversidad e inclusión laboral

es una de nuestras ventajas competitivas por la experiencia y conocimiento que llevamos adelante en diferentes acciones de impacto social. En esta línea, asesoramos y acompañamos a empresas que deseen comenzar o potenciar su desarrollo como empresa inclusiva.

**En Argentina, Uruguay, Colombia y Chile** contamos con una propuesta de Consultoría en Diversidad e Inclusión que busca asesorar a las empresas en la construcción de modelos de organizaciones más flexibles y abiertas, que integren a las personas en su individualidad. En términos generales la misma incluye: asesoría legal, evaluación integral de instalaciones físicas, reclutamiento y selección, plan de sensibilización, capacitación en gestión de inclusión, fortalecimiento de cultura inclusiva a través de actividades masivas y coaching en diversidad.

**En Perú**, comenzamos a diseñar nuestra propuesta de consultoría que será implementada en 2020.



# Promoción del Trabajo Decente



## 7. Promoción del trabajo decente

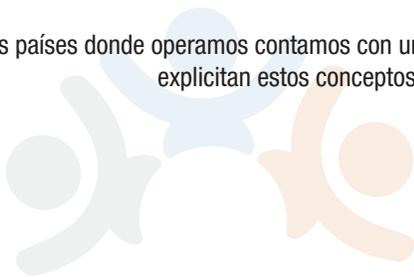


Estamos comprometidos con la promoción del respeto por los derechos humanos fundamentales en nuestra esfera de influencia, y en este sentido, tenemos cero tolerancia a la trata de personas o el trabajo forzoso. Cumplimos y adherimos a todas las leyes y regulaciones internacionales de trabajo y de inmigración en todas las comunidades donde operamos.

Nuestro negocio nos convierte en grandes generadores de empleo y redes de articulación para promover el trabajo digno, productivo y decente para todos. Sensibilizamos en estas temáticas a nuestros públicos de interés, especialmente clientes, asociados, candidatos y colaboradores. Ponemos foco en los grupos más vulnerables de nuestra sociedad ya que necesitan más formación, acompañamiento y oportunidades acorde a su perfil.

Por otro lado, el desarrollo de nuestras actividades impacta en el crecimiento de la economía de cada uno de los países de América Latina. Trabajamos para contribuir con la erradicación de la trata de personas, el trabajo infantil y la violencia laboral, al tiempo que promovemos la seguridad y salud de nuestros colaboradores y asociados.

En la mayoría de los países donde operamos contamos con una Política de Contratación donde se explicitan estos conceptos.



## 7.1. Alianzas y acuerdos internacionales

Adherimos al Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact), que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para fomentar el respeto por los derechos humanos, normas laborales, ambiente y lucha contra la corrupción.

Además, a nivel global formamos parte de la Confederación Mundial del Empleo (WEC), el único cuerpo internacional que representa a las agencias de trabajo y es reconocida por organizaciones internacionales como: la Unión Europea, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Su función es representar a la industria de la tercerización y promover la libertad de elección que se pone en el mercado laboral.



## 7.2. Trata de personas

### Nuestro trabajo por la lucha contra la trata de personas se fundamenta en dos contribuciones principales:

Fuimos una de las primeras empresas en firmar los Principios Éticos de Atenas, que declaran una política de tolerancia cero para trabajar con cualquier organización que se beneficie de la trata de personas. Promovemos estos principios en espacios empresarios.

Colaboramos en la elaboración del Marco Ético para la lucha contra la trata de personas y el trabajo forzoso en el mundo del trabajo en alianza con la organización de derechos laborales Verité .



**En Colombia**, desde hace 6 años trabajamos de manera ininterrumpida junto con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en prácticas de reintegración laboral con el fin de beneficiar a víctimas de trata. Dictamos talleres de orientación laboral en Medellín, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga y Cali.

**En México**, nuestras buenas prácticas para prevenir y combatir la trata de personas fueron reconocidas por la Iniciativa Global de las Naciones Unidas para Combatir la Trata de Personas. Asimismo, formaron la base de los Estándares de Práctica Ética establecidos en un Marco Ético para la Contratación Laboral Transfronteriza: una colaboración entre las partes interesadas de la industria para reducir los riesgos del trabajo forzoso y la trata de personas.

## 7.3. Trabajo infantil

El trabajo infantil priva a los niños y niñas de su derecho a la educación y el juego. También los perjudica en su desarrollo físico, emocional y cognitivo. En este contexto, las empresas tenemos el compromiso de respetar los derechos de los niños y erradicar y prevenir situaciones de trabajo infantil en toda nuestra cadena de valor.

En esta línea, trabajamos para que nuestros públicos de interés establezcan medidas de prevención como la verificación de la edad, la sensibilización en las comunidades en las que operan o la puesta en marcha de medidas de protección para niños afectados y sus familias.

**En Argentina**, somos parte desde su fundación de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil de la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Es un espacio de articulación público-privada cuyo objetivo es generar, acompañar y brindar asistencia técnica a programas, planes y proyectos tendientes a la prevención y erradicación del trabajo infantil. También, participamos de la campaña desarrollada por la Red en el marco del Día Mundial contra el Trabajo Infantil e impulsada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

**En México y la región del Caribe y Centroamérica** tanto en el Código de Ética y Conducta Empresarial como en informes y políticas, explicitamos nuestro rechazo a cualquier forma de trabajo que atente contra los Derechos Humanos Universales, como el trabajo infantil y el forzoso.

<https://www.verite.org/project/an-ethical-framework-for-international-labor-recruitment/>



## 7.4. Violencia laboral

**Existen diferentes formas de violencia laboral** como la agresión física, violencia psicológica y el acoso sexual. Esto puede traer en las víctimas diversas consecuencias: depresión, ansiedad generalizada, e incluso desórdenes de estrés posttraumático que conllevan al absentismo, abandonos del puesto de trabajo, incremento de accidentalidad, disminución de la cantidad y de la calidad del trabajo.



**En Argentina,** formamos parte de la Red de Empresas con “Compromiso por un trabajo digno sin Violencia Laboral” junto a la Oficina de Asesoramiento de Violencia Laboral (OAVL) del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación. Desde este espacio, capacitamos y abordamos una política preventiva en relación con la violencia laboral.

**En Caribe y Centroamérica,** diseñamos e implementamos un programa de capacitación destinado a todos los colaboradores sobre la línea de Ética, donde se comparten las formas en las que se deben reportar los casos. Una vez que se detecta alguno, lo investigamos y tomamos medidas al respecto.

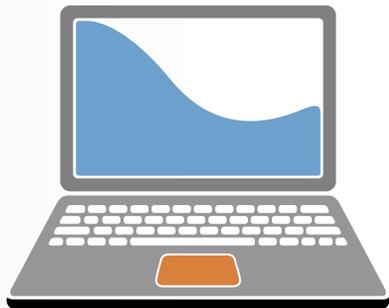
**En Colombia,** concientizamos en la temática a través de:

- Encuestas de riesgo psicosocial para todos nuestros empleados.
- Intervenciones del riesgo psicosocial.
- Inicio de implementación de un sistema de gestión de derechos humanos.
- Formación para la concientización sobre equidad de género.



## 7.4. Violencia laboral

**En México**, elaboramos el diagrama de flujo para los procedimientos en casos de denuncia para acoso y hostigamiento laboral (compliance) creando una línea telefónica específica para colaboradores tanto staff como temporales a nivel nacional.



**En Perú**, contamos con una política y procedimiento contra el hostigamiento sexual y laboral, entre otros. Además, nuestro comité de convivencia laboral colabora con la sensibilización de la temática y lleva adelante acciones para prevenir este tipo de situaciones:

- Despliegue de capacitaciones a nivel nacional.
- Difusión por medio de nuestros canales de comunicación interna.
- Alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas.

## 7.5. VIH SIDA

Los enormes progresos en la lucha contra el sida de los últimos 15 años han servido de inspiración para alcanzar un compromiso mundial de poner fin a la epidemia para 2030.

**En Argentina**, la semana previa al Día internacional de la Lucha contra el VIH/SIDA (1° de diciembre) generamos una campaña de prevención. Buscamos concientizar, a través de la entrega de folletos informativos y preservativos, sobre los riesgos que aún hoy requieren difusión. Bajo el hashtag #InclusionConsciente, nos propusimos sensibilizar sobre la importancia de la prevención difundiendo placas con datos estadísticos de la Fundación Huésped.



**En México**, incorporamos a los anuncios de vacantes la leyenda “No solicitamos exámenes de embarazo o de VIH”. Esta iniciativa está relacionada con el cumplimiento de la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación.

**En Chile**, a través de nuestra plataforma de comunicación interna Yammer concientizamos a nuestros colaboradores acerca del Día mundial de la lucha contra el VIH Sida.

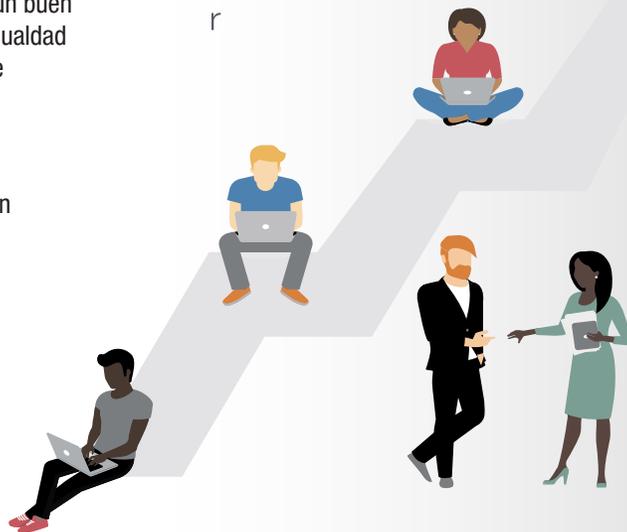
## 7.6. Política de compensaciones

Nos aseguramos de que los salarios y retribuciones de los colaboradores que realizan las mismas funciones o responsabilidades sean iguales mediante nuestra Política de Compensaciones. Las únicas variaciones están relacionadas con la antigüedad, los criterios de desempeño y el cumplimiento de objetivos. Por otro lado, calculamos las deducciones y bonificaciones mediante métodos concretos y transparentes enmarcados en nuestra política.

**En Argentina**, contamos con una Política de Compensaciones con un esquema de retribuciones claro y transparente. Actualizamos anualmente los salarios según el contexto local y el costo de vida. Por otro lado, en el marco del Programa “Ganar-Ganar: La igualdad de género es un buen negocio” de ONU Mujeres fuimos reconocidos por finalizar nuestro Plan de Acción de Igualdad de Género que se aplicará en 2020 y tiene entre sus objetivos fortalecer las políticas de compensaciones para mujeres.

**En Colombia**, todas las promociones implican aumentos salariales, es decir, son incrementos por méritos. Por otro lado, con el fin de que nuestros empleados no pierdan capacidad adquisitiva año tras año aumentamos los salarios de los empleados que tengan al menos 10 meses de antigüedad. El porcentaje corresponde al Índice de Precios al Consumidor.

Por su parte, **en Perú** diseñamos e implementamos una política de Compensaciones para nuestro personal donde se establecen los lineamientos para asegurar la equidad interna de los salarios por medio de una estructura retributiva que contemple la responsabilidad asumida y la aportación a los resultados corporativos, centrándonos en remuneraciones fijas, remuneraciones variables, beneficios, crecimiento profesional.



## 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores



Cumplimos con los más altos estándares relacionados con la legislación en materia de salud y seguridad en nuestras oficinas y sucursales. También llevamos adelante varias acciones para mejorar la calidad de vida de nuestros empleados.

Hace 3 años actualizamos la Política de Salud y Seguridad a nivel global con el fin de crear entornos de trabajo que permitan a nuestros colaboradores desarrollar sus tareas de manera saludable y segura.

**En Argentina**, velamos por la salud y seguridad de nuestros colaboradores a través de la implementación de políticas y procesos que enmarcan nuestro accionar. Contamos con un Manual de Normas Básicas de Seguridad e Higiene para Personal Administrativo, con información y recomendaciones para prevenir accidentes y lesiones. Además, compartimos con todos los colaboradores consejos útiles sobre seguridad y salud ocupacional. Por otro lado, organizamos charlas (presenciales y virtuales) de cuidado personal sobre temáticas como alimentación saludable e higiene bucal.

Continuamos relevando de manera anual las condiciones de seguridad e higiene en el 100% de las sucursales propias en todo el país. Confeccionamos el Relevamiento General de Riesgos Laborales y el Relevamiento de Agentes de Riesgo.

Al mismo tiempo, debido a la extensión del teletrabajo para todos los colaboradores, capacitamos al 100% del staff en aspectos relacionados con la ergonomía y seguridad en su espacio de trabajo en domicilios particulares.



## 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores

### Destacado 2018



Disminución de 81% de días perdidos por accidentes

**En Chile,** concientizamos y formamos a nuestro personal mediante los siguientes cursos:

- Prevención de accidentes y siniestros: 60 personas.
- Prevención de riesgos de oficina, incendios y evacuación: 60 personas.
- Simulacro de incendio: una vez al año.
- Relevamientos de las condiciones generales de seguridad e higiene en sucursales
- del país: 500.

**En Colombia,** contamos con las siguientes políticas en materia de seguridad y salud ocupacional:

- Política de no consumo: alcohol, sustancias psicoactivas y narcóticas, drogas enervantes y tabaco.
- Política de Convivencia Laboral.
- Política de bienestar, seguridad y salud en el trabajo
- Política de Seguridad Vial.

# 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores



Además, desarrollamos un sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo mediante el cual hacemos el control de los riesgos y la prevención de accidentes y enfermedades generadas por el trabajo. Por otro lado, implementamos 28 cursos de e-learning por medio de la plataforma de nuestra administradora de riesgos profesionales, y desarrollamos 7 cursos que se encuentran publicados a través de la plataforma PowerYOU. Durante 2019 tuvimos un total de 1,559 participaciones de colaboradores.



También ese año brindamos 18 cursos sobre prevención de riesgos de oficina, incendios y evacuación con 1,099 participaciones de empleados y llevamos adelante un simulacro de incendio en cada una de nuestras 23 oficinas. Formamos periódicamente al comité de emergencia, brigadistas de emergencias y coordinadores de evacuación en funciones asignadas a sus roles, antes, durante y después de la emergencia. Realizamos 511 visitas entre inspecciones de puesto de trabajo, de seguridad locativas, capacitaciones en ergonomía, orden y aseo, pausas activas, seguridad vial, entre otros.

## 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores

**ManpowerGroup Colombia cuenta con la certificación de la Administradora de Riesgos Laborales (a la cual se encuentra afiliada) en donde se indica un porcentaje de cumplimiento del 99% en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.**

En México, Caribe y Centroamérica dictamos cursos de prevención de accidentes a más de 300 empleados. También llevamos adelante 2 simulacros al año en los que participan 6 unidades de negocio. Los resultados en tiempo y compromiso por parte del personal mejoran cada vez que se llevan a cabo. Asimismo, a lo largo del año comunicamos vía mailing consejos de seguridad que incluyen temas de contingencia y seguridad personal. Por último, a través de nuestra comunidad en Yammer “Hazlo por Ti” realizamos acciones referentes a mantener una buena salud y nutrición.



En Perú, conformamos el comité de Salud y Seguridad Ocupacional (S.S.O.) con representantes de las 3 regiones que conforman ManpowerGroup Perú. El mismo cuenta con 12 miembros titulares y 12 suplentes, y tiene la responsabilidad de llevar adelante acciones de prevención y concientización entre los colaboradores: Brindamos 4 cursos sobre prevención de accidentes y siniestros en los que participaron 760 colaboradores. Dictamos 2 talleres de prevención de riesgos de oficina, incendios y evacuación en los que participaron 55 empleados. Realizamos 2 simulacros de respuesta a emergencias (Incendio, sismo, emergencia médica) a lo largo del año. Llevamos a cabo 6 inspecciones de SSO en nuestros edificios.



## 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores



En cada operación que se considera de alto riesgo, desarrollamos un programa de seguridad y salud ocupacional que inicia con la evaluación de riesgos y un plan de acción e implementación de controles. Estos van desde la sustitución o eliminación de la fuente y cambios de ingeniería, hasta la dotación de equipos de protección personal según los agentes a los que se estará expuesto. Además, definimos cuatro aspectos clave de la gestión de seguridad y salud ocupacional: Identificación de peligros y evaluación de riesgos, Factores de Riesgo Psicosocial y Gestión del estrés; Riesgos Laborales en Oficina y Primeros Auxilios.

En Uruguay, realizamos la segunda instancia de capacitación en R.C.P. (Resucitación Cardio-Pulmonar), primeros auxilios y bomberos. También dictamos un taller de T.L.E.X. (Transformation Leadership for Executives), que incluyó técnicas de relajación, concentración y manejo del estrés, y con el que llegamos a casi el 30% de la organización.

Para más información sobre indicadores de salud y seguridad de empleados ver el Informe Técnico que acompaña este Reporte.



## 7.8. Salud y seguridad de nuestros asociados

Queremos que nuestros asociados estén protegidos y desarrollen sus actividades en ambientes saludables y seguros.

**En Argentina,** relevamos las condiciones de los establecimientos donde desarrollan sus actividades, realizando visitas. Además de los cursos presenciales, implementamos capacitaciones específicas vía e-learning, a través de la plataforma PowerYOU, a todos los asociados que prestan servicios en estaciones de servicio, en algunos clientes donde realizan reposición y otros sectores relevantes.

**En Chile,** garantizamos la seguridad de nuestros asociados mediante capacitaciones, evaluaciones e inspecciones. Realizamos 720 visitas a clientes y 8 campañas de capacitación en Seguridad e Higiene.



## 7.7. Salud y seguridad de nuestros colaboradores



**En Colombia**, realizamos 11,534 actividades de prevención en accidentes y promoción del cuidado de la salud, a las que asistieron 224,272 participantes. Estas actividades incluyen capacitaciones y entrenamientos, inspecciones a los lugares de trabajo, observación del comportamiento, seguimiento a casos médicos, documentación o ajuste de los procedimientos y actividades de bienestar.

.....

Respecto a las capacitaciones, los principales temas dictados fueron: seguridad vial, equipos de protección personal, herramientas manuales, manejo de cargas, caídas al mismo nivel, plan de emergencias, autocuidado, extinción de incendios básico, identificación de peligros y autocuidado en el lugar de trabajo, capacitación en higiene postural, levantamiento de cargas, orden y aseo en los puestos de trabajo, entre otros. En total brindamos 5,195 capacitaciones a 146,379 participantes. También desarrollamos campañas de capacitación en seguridad e higiene a 498 empresas clientes.



## 7.8. Salud y seguridad de nuestros asociados

**En Paraguay**, los asociados al igual que el staff cuentan con protocolos y campañas de cuidados, especialmente en casos como pandemias o alertas que atentan contra la salud. Aquellos asociados que trabajan en industrias reciben todos los elementos de protección personal e inducción para sus manejos en las plantas.

**En Perú**, con el fin de garantizar la seguridad de nuestros asociados evaluamos las características de las actividades a realizar, las condiciones ambientales y el cumplimiento de requisitos legales asociados, a través de las siguientes actividades:

- Identificación de las condiciones de trabajo en las organizaciones donde nuestros asociados desarrollarán funciones.
- Evaluación de riesgos y controles a implementar junto con las recomendaciones iniciales.
- Desarrollo de un programa de seguridad y salud que enmarca las actividades de capacitación, inspecciones, y revisión periódica, entre otros.

Para más información sobre indicadores de salud y seguridad de asociados ver el Informe Técnico que acompaña este Reporte.



## 7.9. Compras a proveedores nacionales



Priorizamos la contratación de proveedores nacionales con el fin de contribuir al desarrollo de las comunidades donde trabajamos.

**En Argentina**, nos aseguramos la provisión de los servicios contratados y fomentamos el desarrollo de nuestros proveedores locales brindando soporte financiero en los casos en los que nuestra demanda como cliente supera la capacidad del proveedor. El 99% de los proveedores gestionados por la gerencia de administración fueron de origen nacional.

**En Colombia**, contamos con una iniciativa de apoyo a P.Y.M.E.S. nacionales en Medellín y sus alrededores logrando que el 95% de nuestros proveedores sean parte de la iniciativa. Además, el 100% de las empresas que contratamos son nacionales.

**En Perú** también alcanzamos un 100% de empresas contratadas nacionales.

**En México, Caribe y Centroamérica** el 99% de las compras realizadas son a proveedores nacionales.

**En Paraguay** el 95% de las compras se realizan a proveedores nacionales, mientras que en Uruguay esta proporción alcanza al 93%.

## 7.9. Compras a Proveedores Nacionales

Proveedores	Argentina		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
<b>Compras a proveedores</b>														
Porcentaje de proveedores nacionales	99%	99%	100%	100%	100%	100%	96%	97%	98%	98%	100%	100%	98%	98%
Porcentaje de compras a proveedores nacionales	99%	99%	100%	100%	100%	100%	99%	99%	95%	95%	100%	100%	98%	93%



# Educación y Desarrollo



## 8. EDUCACIÓN Y DESARROLLO

- 51,378 horas de capacitación para empleados
- 12.9 horas promedio de capacitación por empleado



**Estamos en medio de una Revolución de las Habilidades** en la cual la tecnología está transformando a las organizaciones y las competencias requeridas están cambiando rápidamente. Las capacidades de aprender y adaptarse continuamente serán clave a esta revolución. Ayudar a que las personas se desarrollen en este mundo del trabajo vertiginoso es lo que va a asegurar su empleabilidad; y esto también debe suceder a gran velocidad y escala.

En el marco de nuestras investigaciones sobre el mundo del trabajo, el último estudio “Escasez de Talento 2020” reveló que el 54% de las compañías a nivel global reportan como uno de sus principales desafíos la escasez de talento. En este contexto, el talento se convierte en el principal valor que tiene una organización. Es por eso que buscamos dar respuesta a esta necesidad formando y desarrollando continuamente a nuestros colaboradores y asociados para brindar servicios de excelencia a cada uno de nuestros clientes.

## 8.1. Formación, desarrollo y reconocimiento de nuestros colaboradores



Con el fin de unificar los conocimientos de la compañía a nivel regional, contamos con una plataforma de formación online, la Universidad ManpowerGroup LATAM, gestionada por Argentina y México. Ofrece cursos para Latinoamérica y específicos por país. Esta herramienta está disponible desde la plataforma de capacitaciones PowerYOU y se complementa con talleres presenciales, becas y encuentros de formación para diferentes perfiles de colaboradores.

ManpowerGroup ha designado a 2019 como “El año de aprendizaje”, Year of Learning con el objetivo de promover una cultura de desarrollo

de talento continuo entre nuestros equipos. A través de esta campaña, cada país busca potenciar la formación digital desde PowerYOU y otras herramientas, alentando a los colaboradores a participar en la oferta de cursos. Así, trabajamos en profundizar las habilidades digitales de nuestra gente para adaptarse y prosperar a través de la transformación y la innovación.

## 8.1.1. Capacitamos mediante variadas herramientas

Entre las acciones que destacamos en los últimos dos años, se encuentran:

- Lanzamiento de las carreras virtuales orientadas a posiciones de back office (actividades no comerciales). Cubrimos el 100% de los puestos de la operación.
- Desarrollo de la carrera Experis, módulos de Liderazgo, y carrera Onsite, un servicio especializado que se ofrece a los clientes mediante el cual se recolectan y analizan los datos de los procesos operativos que van a impactar en la atracción y retención del talento (Programa Piloto en México: 53 graduados).
- Coordinación de la nueva carrera comercial para toda la región, con la colaboración de varios países para la generación de contenido y aplicación de Year of learning. Alcanzamos una participación del 70% en LATAM.
- Contenido regional para la carrera Perm LATAM – Servicio de Selección Permanente, enfocada a potenciar las habilidades para satisfacer las necesidades de los clientes en la búsqueda de candidatos. Además, se incluyó la Certificación Advance Internet Sourcing, que incluye herramientas de búsqueda digital para medios electrónicos.
- Campañas globales de seguridad informática y certificaciones de comportamiento ético. Nuevos contenidos de competencias blandas y técnicas; rediseñamos la inducción corporativa y desarrollamos el programa de reclutamiento y selección.



## 8.1. Formación, desarrollo y reconocimiento de nuestros colaboradores



**Desde Argentina**, trabajamos en la plataforma de e-learning que ofrece más de 1,300 cursos desde herramientas de office hasta habilidades blandas, inteligencia emocional o big data. También dictamos nuevos talleres presenciales: selección por competencias, conocimiento de marcas para puestos comerciales, evaluación de desempeño y reunión de feedback, y concientización en diversidad con foco en género.

**En Chile**, a lo largo de 2019 pusimos énfasis en el aprendizaje de la metodología ágil que facilita la gestión de equipos en entornos evolutivos y ayuda a mejorar la calidad del negocio, los tiempos de acción, fortalecer el compromiso de los trabajadores y aumentar la productividad.

**Desde Colombia**, implementamos una cultura de learnability y desarrollamos nuestros cursos con base en las características de nuestras investigaciones. En esta línea, firmamos un convenio con Colombo Americano, una organización experta en pedagogía de lenguas extranjeras. También ofrecemos outplacement para nuestros ejecutivos.

.....

.....



## 8.1.1. Capacitamos mediante variadas herramientas

**En México**, en el marco del programa Transición de Carrera llevamos adelante iniciativas de la marca Right Management para ayudar a la transición con una empleabilidad continuada y acompañar el final de las carreras profesionales por jubilación o despido. Acompañamos a 9 personas en estos últimos dos años.



**En Perú**, formamos a 3,261 colaboradores a través de cursos presenciales y virtuales logrando un 92% de satisfacción de los participantes.

**Desde Paraguay**, promovimos los cursos de la Universidad ManpowerGroup logrando el 100% de participación en la Carrera Comercial y en Year of Learning y un 90% en la Carrera de selección permanente LATAM.

## 8.1. Formación, desarrollo y reconocimiento de nuestros colaboradores



**En Uruguay**, agrupamos todas las iniciativas de formación en dos líneas estratégicas: cultura y entrenamiento continuo. Diseñamos las instancias de formación considerando las “3E”: Educación, Exposición y Experiencia. Además, en el marco de la norma ISO 9001:2015, detectamos los riesgos de fuga de conocimiento. En esta línea, definimos un proceso que identifica cuáles son los conocimientos clave, y diseñamos un plan de capacitación para retener y multiplicar el conocimiento dentro de la organización.

## 8.1.1. Capacitamos mediante variadas herramientas

Capacitaciones por país	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Promedio de horas de formación por empleado <sup>1</sup>	24.7	17.9	4.9	9.2	30.5	9.9	46.0	44.3	4.0	3.9	N/D	16.0	2.7	8.8	44.0	36.1
Total de Horas de capacitación	9,918	6,559	1,195	2,823	3,750	1,210	22,472	23,684	6,565	6,499	N/D	1,408	1,628	5,946	3,915	3,250

## 8.1.2. Alentamos el desarrollo

**Potenciamos el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.** Acompañamos su crecimiento, evaluando su desempeño a partir de un diálogo constructivo y con el soporte de herramientas concretas y eficaces. Todos los colaboradores participan de los procesos de evaluación de desempeño.



**En Argentina,** el Programa de Gestión de Desempeño (GDD) tuvo los siguientes hitos destacados: el desarrollo de un tablero de control que permite a los líderes tener de forma digital y sistematizada los resultados de sus equipos; la implementación del Programa Leadership Success Model (LSM), que consiste en evaluar el desempeño en base a 8 competencias ManpowerGroup; la ejecución de un taller presencial para mandos medios sobre la instancia de feedback (intercambio líder-colaborador); y la implementación de la primera etapa del mapeo de Capital Humano en el que los líderes califican a sus colaboradores para detectar talentos y cuadros de reemplazo. El 81% de los colaboradores fue evaluado en 2019<sup>17</sup>.

**Una novedad en Chile** fue la implementación de la Evaluación GDD por primera vez a todo el personal interno, poniendo foco en las habilidades blandas y buscando desarrollar, potenciar, motivar y fidelizar el talento dentro de la compañía mediante el proceso de feedback.

**En Colombia,** también gestionamos el desempeño mediante la valoración del compromiso que mide: atributos y valores corporativos, competencias organizacionales y aspectos de seguridad y salud en el trabajo. Los colaboradores que obtienen como resultado entre un 80% y 100% de compromiso son reconocidos. Por otro lado, los objetivos SMART son cargados en la plataforma +Productivos para analizar su cumplimiento a fin de año.

17: El 19% que no fue evaluado se debió a excepciones en el proceso de GDD, ya sea por la fecha de ingreso del colaborador a la compañía, posición, entre otras variables

## 8.1.2. Alentamos el desarrollo



En 2019, digitalizamos el proceso a través de Star People, el software corporativo que integra los procesos de talento, nómina y facturación. Así, llevamos adelante un plan de liderazgo que tiene como primera etapa un diagnóstico individual, luego se establece un plan de desarrollo y formación individual que se ejecuta a través de entrenamientos, mentorías y jornadas virtuales de capacitación. Por último, contamos con un fondo de empleados, que es una entidad jurídica independiente, mediante la cual gestionamos convenios con las instituciones educativas a fin de que los empleados de ManpowerGroup tengan mayores oportunidades.

## 8.1.2 Alentamos el desarrollo



**En México, Caribe y Centroamérica**, implementamos el Talent Planning Global que consiste en evaluar el avance de los planes de desarrollo individuales de presidencia, directores y gerentes de país. Asimismo, realizamos el mapeo de sus reportes directos y diseñamos tanto su plan de sucesión como sus planes de acción y desarrollo para el próximo año. De la misma forma, de acuerdo con el plan de bonos que corresponda, cada líder con sus reportes directos evalúa el cumplimiento de KPIs.

Además, **en Caribe y Centroamérica**, implementamos el proceso de inducción que implica instancias tanto presenciales como virtuales. También capacitamos con instructores internos en leyes laborales y sus modificaciones en cada país.

**En Perú**, el proceso de gestión del desempeño consiste en autoevaluación y la evaluación por parte de jefes. En el caso de que las personas tengan equipo a cargo, reciben evaluación de parte de sus dependientes. De esta manera, detectamos y promovimos a los altos potenciales.



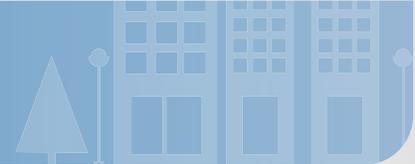
## 8.1.2. Alentamos el desarrollo

**En Paraguay**, contamos con una herramienta propia de ManpowerGroup que está compuesta por un proceso de tres etapas: evaluación, feedback y plan de acción. En 2019, nos alineamos a la práctica de gestión de desempeño utilizada a nivel regional basada en la metodología LSM.

Por su parte, en **Uruguay** con los líderes de primera y segunda línea se aplican evaluaciones que incluyen feedback por parte de los empleados del equipo. El resto de los colaboradores reciben evaluación por parte de sus jefes. Luego se determinan los Planes de Sucesión y 9box (NineBox). Además, continuamos con el proceso de formación Líder-Coach alineado a las competencias determinadas por ManpowerGroup.



### 8.1.3. Celebramos sus logros



En toda la región acompañamos a nuestros colaboradores en sus aniversarios laborales, promociones, nacimientos y casamientos.

A nivel global, el reconocimiento Power Award premia todos los años a las operaciones que promueven la mejora de objetivos económicos y estratégicos basados en diferentes indicadores de gestión. En cada país de la región se entrega un reconocimiento a las unidades de negocio destacadas.

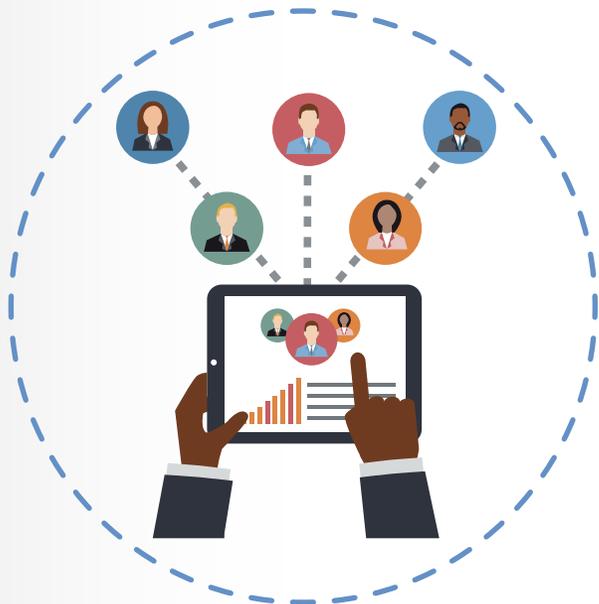
En Argentina, la iniciativa que enmarca el reconocimiento a empleados se denomina “ManpowerGroup con Vos, reconociendo tus logros” y distinguimos a 72 colaboradores de Casa Central y sucursales, por motivo de nacimiento, aniversario en la compañía, casamiento y graduación.

En Colombia contamos con el programa ManpowerGroup de Plata, que reconoce a los empleados con desempeños excelentes y que evalúa aspectos tales como la habilidad, la adaptación, la calidad del trabajo realizado y la automotivación, entre otros. En el período entregamos 27 ManpowerGroup de plata.



## 8.2. Capacitación y desarrollo de nuestros asociados

Asumimos un fuerte compromiso respecto a la formación y desarrollo de nuestros asociados con el fin de que estén a la altura o superen las expectativas de nuestros clientes.



En Argentina, la herramienta que utilizamos por excelencia para capacitar y actualizar a nuestros asociados es la plataforma PowerYOU que contiene talleres de: cuidado del ambiente, seguridad e higiene en el trabajo; tecnología informática; y habilidades para los negocios.

Respecto a la gestión de su desempeño, a través de una encuesta online que responden los clientes, son evaluados y pueden acceder a sus resultados en la Comunidad ManpowerGroup. Por otro lado, implementamos el proyecto Empleabilidad, a través de una plataforma donde los asociados realizan una evaluación sobre sus conocimientos y preferencias laborales. En base a los resultados se los acompaña en su plan de carrera. En 2019, completaron el test 357 asociados.

## 8.2. Capacitación y desarrollo de nuestros asociados

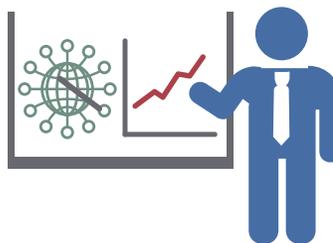


En estos dos últimos años, en Argentina reconocimos a 107 asociados por su alto desempeño, entregándoles la distinción y diploma “ManpowerGroup a la Excelencia”.

En **Caribe y Centroamérica**, llevamos adelante diferentes instancias para evaluar y mejorar el desempeño de nuestros asociados y candidatos.

Por otra parte, **en Chile** tenemos la meta permanente de capacitar al 10% de los asociados según lo establecido por la Ley de Subcontratación y Servicios Transitorios.

Así, utilizamos la plataforma **PowerYOU** y brindamos charlas de prevención de riesgos en el lugar de trabajo, idioma inglés y capacitaciones presenciales.



## 8.2. Capacitación y desarrollo de nuestros asociados



**En Colombia**, ofrecemos capacitaciones enfocadas en riesgos, promoción y prevención de la salud y bienestar. Organizamos encuentros para asociados con sus familias donde se abordan temáticas como las relaciones, la construcción de la identidad de la familia, los problemas dentro de la familia, entre otros. Estas actividades se realizan en modalidad presencial y virtual, con un resultado de 92,726 participantes. En total en los últimos 2 años dictamos más de 47,507 cursos que equivalen a 87,700 horas de capacitación. Por otro lado, evaluamos a nuestros asociados a través de Star People, el software de gestión de talento, y, dependiendo de los resultados, estipulamos un plan de acción. Los asociados que obtienen los mejores resultados son premiados en un evento en el que participan sus familias y representantes de los clientes.

**En México**, las temáticas más elegidas por los asociados para su formación y desarrollo fueron: productividad y colaboración, habilidades de negocios y asuntos legales. En los últimos 4 años se inscribieron a 53,480 espacios de formación.

**En Paraguay**, realizamos la evaluación de desempeño del asociado en período de prueba que abarca los tres primeros meses en la compañía.







# Ética y Compliance



## 9 Ética y Compliance

100% de colaboradores capacitados sobre ética y anticorrupción

La gestión y éxito de nuestro negocio se basa en la confianza mutua que construimos y sostenemos a lo largo del tiempo con nuestros grupos de interés. Nuestra cultura tiene como fundamento la honestidad, integridad y responsabilidad. En esta línea, gestionamos riesgos, establecemos los procedimientos que aseguren el

cumplimiento normativo interno y externo, plasmamos nuestros compromisos en el Código de Conducta y Ética Empresarial, capacitamos y sensibilizamos en anti-corrupción, adherimos a principios internacionales, cumplimos con el marco regulatorio y respetamos los derechos de la propiedad.

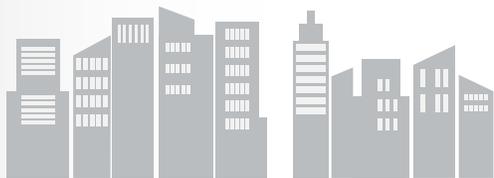
ManpowerGroup fue reconocida por el Instituto Ethisphere por 10° año como una de las Compañías Más Éticas del Mundo.



### Nuestros compromisos en materia de ética y anticorrupción

- Contribuimos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU) con miras a 2030.
- Participamos de la Red del Pacto Mundial, una iniciativa que compromete a las organizaciones con 10 principios relacionados con derechos laborales, derechos humanos, ambiente y anti-corrupción.
- Adherimos a los Principios Éticos de Atenas, adoptando globalmente la política de tolerancia cero respecto a la trata de personas.
- Estamos comprometidos con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.
- **Reconocimientos por nuestra gestión ética**
- Por décimo año consecutivo fuimos reconocidos por el Ethisphere Institute como una de las Compañías Más Éticas del Mundo, recibimos las mejores puntuaciones en cultura, liderazgo y reputación, y responsabilidad corporativa. Por decimoséptima vez fuimos distinguidos como una de las empresas más admiradas de acuerdo al ranking de la revista Fortune 2019, confirmando nuestra posición como la marca más confiable de la industria.
- En Argentina, el ranking G.C. Powerlist reconoció al área de Legal & Compliance como uno de los 100 equipos más influyentes e innovadores de nuestro país. Además, Giselle Malagrino líder de la Dirección de Legal, Tax & Compliance comenzó a formar parte en calidad de vocal del Comité Ejecutivo del Instituto de Ética y Transparencia de la Cámara de Comercio de los E.E.U.U. en Argentina (AmCham).

## 9.1. Gestión de riesgos



El enfoque de gestión de riesgos de ManpowerGroup en LATAM, contempla los riesgos y oportunidades que puedan llegar a afectar la preservación del valor de nuestro negocio. Lo llevamos adelante de manera estructurada y coordinada ya que abarca todas las áreas y colaboradores de la compañía. Buscamos prevenir, identificar, cuantificar, y responder a las consecuencias de eventos potenciales. Para esto contamos con políticas, procedimientos, e instrumentos de medición, a nivel global y local.

La Matriz de Riesgos Legales es el principal instrumento utilizado en la gran mayoría de los países de América Latina para los servicios, negociaciones con clientes y el desarrollo de los negocios.



## 9.1 Gestión de Riesgos

**En Argentina**, trabajamos para gestionar los riesgos de manera integral. Es así que contamos con diferentes herramientas y procesos:

- Matriz de Riesgos Legales: con criterios de intensidad, frecuencia y mitigación.
- Auditorías internas “ad hoc”: sobre negocios no tradicionales y algunos procesos internos.
- Política de Formalización de Relaciones Comerciales: sistematizamos el control de los contratos.
- Estándares de Negocio: fijados por el Código de Conducta Corporativo. Difundimos y certificamos su cumplimiento.
- Gestión de Riesgos Laborales: consideramos niveles de conflictividad, judicialidad y efectividad en acuerdos prejudiciales. Alcanzamos un nivel de efectividad del 42% (casos cerrados con acuerdo, sobre casos iniciados).
- Plan de Continuidad de Negocios: nuevo plan para dar respuesta ante un accidente, garantizando la protección y seguridad de las personas.
- Riesgos ambientales: gestionamos indicadores de desempeño ambiental.



## 9.1. Gestión de riesgos

**En Colombia,** desarrollamos la gestión integral de riesgos en 4 etapas: identificación, medición, control y monitoreo. Dichas etapas son revisadas constantemente con el fin de determinar los niveles de riesgo inherente y residual de la organización. Los riesgos más importantes y gestionados por la compañía son: operativos, de crédito, de liquidez, legales, reputacionales, lavado de activos y financiación del terrorismo, y riesgos operativos.

**También contamos con una dirección de procesos y controles que se encarga de:**

Documentar, analizar y optimizar los procesos en la organización.

Velar por la productividad.

Analizar los datos que se generan en la interacción con clientes y candidatos.

Revisar y minimizar los riesgos a los que está expuesta la organización.

**En Uruguay,** basándonos en los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 realizamos un análisis P.E.S.T. (político, económico, social y tecnológico). También llevamos adelante un diálogo con candidatos, asociados, cámaras empresariales, consultores asociados y empleados donde recogemos las principales tendencias, necesidades y expectativas respecto de nuestro negocio. En esta línea, volcamos en un tablero de control las oportunidades y potenciales riesgos según la criticidad que presentan. Luego, se trabaja en un plan de acción con responsables, fechas y estatus de las acciones.

Los tres pilares en los que basamos nuestra gestión de cumplimiento son:

**Conocer**



**Capacitar**



**Controlar**



Trabajamos continuamente en fomentar una cultura de cumplimiento, para que cada uno de nuestros colaboradores pueda actuar diariamente de acuerdo con lo establecido en nuestras políticas y procedimientos.

En Argentina, nuestra área de Compliance promueve y desarrolla la cultura de cumplimiento mediante la prevención, detección y gestión de riesgos realizando las siguientes acciones: implementación de la nueva política global de comunicación e investigación; actualización de políticas corporativas de las diferentes áreas; investigación, controles y reportes de situaciones específicas; y respuesta a consultas o reclamos recibidos en las redes sociales sobre avisos fraudulentos. En 2018 tomamos conocimiento que terceros ajenos a la compañía habían realizado falsas propuestas laborales en redes sociales, con una finalidad puramente desleal y deshonesta. Inmediatamente presentamos una denuncia penal ante las autoridades y atendimos cada caso dando seguimiento y asesoramiento legal. También, diseñamos un plan de comunicación para alertar a las personas sobre estos avisos fraudulentos y así evitar que otras personas sean víctimas.

## 9.3. Código de Conducta y Ética Empresarial



Contar con un enfoque ético hacia los negocios siempre fue parte de nuestro ADN. Esto nos permitió forjar una gran reputación a nivel global. Estamos comprometidos con mantenerla mediante la sensibilización y cumplimiento por parte de nuestros empleados de estos elevados estándares éticos.

“Todos tenemos la tarea de promover y proteger la marca y el legado que ManpowerGroup ha construido a lo largo de los años. Esto significa tomar las decisiones correctas.” Jonas Prising (CEO ManpowerGroup)

En esta línea, el Código de Conducta y Ética Empresarial guía a nuestros colaboradores para que desarrollen sus actividades en un marco de valores corporativos, respeto por los derechos humanos, prevención de conflicto de intereses, y cumplimiento de las normas y leyes vigentes en la toma de decisiones.

Asimismo, contamos con una página web global que contiene todas las normas y políticas con las que debemos cumplir en nuestro trabajo diario, y acceso a un blog con noticias, artículos destacados y la posibilidad de realizar consultas y denuncias. Algunos de los canales anónimos que permiten realizar consultas y denuncias son:

- **La línea global: ManpowerGroup Business Ethics Hotline**
- **Sitio web global: [www.manpowergroup.ethicspoint.com](http://www.manpowergroup.ethicspoint.com)**
- **App Ethics Compass Smartphone.**



## 9.3. Código de Conducta y Ética Empresarial

### Lanzamiento global de la aplicación ManpowerGroup Ethics Compass en 2019

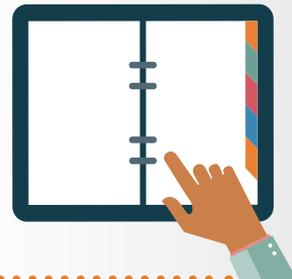
Con el objetivo de que cada colaborador sea un embajador ético y responsable de nuestra compañía, garantizando nuestros altos estándares, y cumpliendo con nuestro propósito de crear empleos valiosos y sostenibles para millones de personas; lanzamos una aplicación que brinda acceso online al Código de Ética y Conducta, a las políticas corporativas y a la línea global de ética las 24 horas. Asimismo, cuenta con videos de orientación y material de consulta permanente en aspectos vinculados a la ética en el negocio.

### El 100% de los colaboradores de la región recibió formación sobre el Código de Ética y Conducta.

**Argentina, Chile, Paraguay, México, Caribe y Centroamérica** cuentan con un oficial de ética que vela por el cumplimiento del Código y reporta cualquier conducta en violación al mismo.

**Además, en Argentina** nuestro Comité de Ética está compuesto por el presidente, directores y un asesor externo. Tiene como principal función garantizar el cumplimiento del Código de Ética, acompañando al equipo del área de Ética y Compliance en tres ejes fundamentales: conocer, capacitar y controlar.

**En Uruguay,** el Comité de Ética está conformado por el Asesor Legal Externo, el Gerente General, el Gerente de Operaciones, y el HR Business Partner.



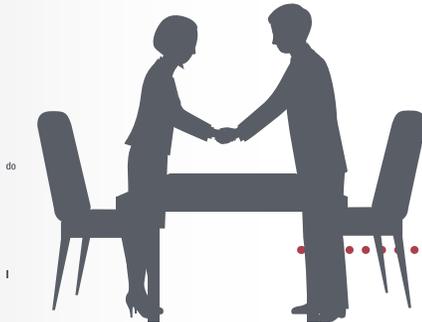
## 9.3. Código de Conducta y Ética Empresarial

### Ética y cadena de valor

**En Argentina**, trasladamos los valores corporativos y estándares de negocio a nuestra cadena de valor. El 90% de los proveedores nuevos en 2018 y el 94% en 2019 firmaron el Código de Conducta. En este sentido, los nuevos proveedores deben adherir a las Condiciones Generales de Contratación, el Código de Conducta y la Política de Privacidad de Datos de ManpowerGroup Argentina.

**En Perú**, contamos con una Política de Proveedores que busca regularlos en esta materia. Además, se realizan homologaciones, auditorías y visitas a nuestros proveedores para acreditar el cumplimiento de nuestra política que contiene los siguientes temas:

- Conflictos de intereses
- Lavado de dinero
- Prácticas anticompetitivas
- Marketing responsable



## 9.4. Capacitaciones sobre ética, políticas y procedimientos anticorrupción

Contamos con una Política sobre Anticorrupción cuyos lineamientos generales son:

Se prohíbe ofrecer o recibir sobornos o pagos inadecuados de cualquier forma.

Aplica de forma igualitaria a todos los empleados de ManpowerGroup, sin distinción de dónde se encuentren ubicados o qué posición ocupen. Aplica también a agentes o representantes, proveedores, clientes, socios estratégicos o proveedores de servicios.



También formamos a nuestros colaboradores dictando los siguientes cursos:

**Código de Ética y Conducta Empresarial:** se desarrolla de manera virtual.

**Protección de datos, privacidad y seguridad de la información:** todos los empleados participaron del curso y los nuevos colaboradores lo tienen contemplado como parte de su inducción.

**Competencia Global:** para todo el Comité de Dirección, Gerentes, colaboradores de casa matriz con responsabilidad de tipo internacional o de una unidad de negocios, división y sucursal; y personal del área de ventas y de legales. Este curso ayuda a los empleados a comprender las leyes vigentes que rigen las relaciones con los competidores, clientes y proveedores.

## 9.4. Capacitaciones sobre ética, políticas y procedimientos

### 100% del personal de toda la región fue capacitado en materia de transparencia y anticorrupción.

En Argentina, realizamos la Certificación sobre antisoborno y anticorrupción sobre tres convenciones internacionales anti-soborno: la Ley sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA); la Convención de la Unión Europea sobre la Lucha contra la Corrupción; y la Convención de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En Caribe y Centroamérica capacitamos a los 12 miembros del comité directivo en temas relacionados con buenas prácticas, ética y responsabilidad en los negocios.

En Colombia, contamos con un manual SARGLAFT por medio del cual establecemos los lineamientos que seguimos como organización para prevenir el lavado de activos y la financiación del terrorismo.

En Uruguay, nuestro asesor legal brinda un curso presencial como complemento del que se realiza de manera virtual.



## 9.5. Cumplimiento del marco regulatorio

Tenemos como finalidad que cada uno de los servicios brindados sean dentro del marco legal establecido. Es así que, desde nuestro negocio, buscamos garantizar el cumplimiento de la normativa laboral, impositiva y previsional. Lo llevamos a cabo a través de políticas y procesos en materia de: conflicto de intereses, lavado de dinero, prácticas anticompetitivas, y marketing responsable, entre otras.

**En Argentina**, en materia de servicios de provisión de personal eventual somos auditados por el Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación y renovamos las garantías anualmente. Por su parte, la Dirección de Inspección Federal del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación tiene facultades para inspeccionar a las empresas de ManpowerGroup en el cumplimiento de la normativa vigente. Además, nuestra Política de Formalización de las Relaciones Comerciales se encuentra en proceso de actualización. Ésta establece que se debe realizar un procedimiento exhaustivo de seguimiento de los casos de incumplimiento.

**En Chile**, buscamos garantizar y asegurar que nuestros servicios y acciones se ajusten al marco jurídico vigente en nuestro país. Nuestros servicios son auditados y fiscalizados por la Dirección del Trabajo, órgano dependiente del Ministerio del Trabajo.



## 9.6. Respeto por los derechos de propiedad

Con el fin de asegurarnos el manejo de datos de las personas con las que interactuamos, contamos con una “Política de Privacidad de Datos Personales” que establece los lineamientos a tener en cuenta al momento de gestionar la información que manejamos de candidatos, asociados y empleados. Todos ellos validan su conocimiento y cumplimiento. Por último, en 2019 con el fin de implementar la Política Privacidad de Datos Personales, se nombró a un Director Global de Privacidad.

**En Argentina**, durante 2019 la Dirección de Protección de Datos Personales quedó bajo la órbita de la Agencia de Acceso a la Información Pública (A.A.I.P.), y atento a los cambios establecidos, tenemos la obligación de inscribir nuestros archivos ante el Registro Nacional de Bases de Datos Personales<sup>18</sup>. Procedimos entonces, en primer lugar, a registrar a la persona Responsable de nuestras Bases de Datos Personales y luego realizamos el reempadronamiento de las bases de datos conforme los requerimientos legales.

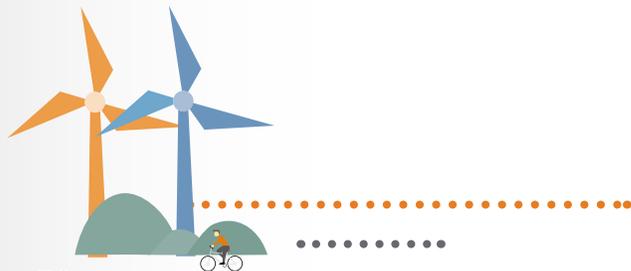


## 9.6. Respeto por los derechos de propiedad



En el marco del cumplimiento de la normativa nacional e internacional sobre la gestión de la información y la seguridad informática, nuestra “Política sobre el uso de los recursos informáticos”, con alcance a todos los colaboradores, establece medidas de control que deben implementar todas las entidades comerciales de ManpowerGroup. Su finalidad es disminuir la posibilidad de fraudes, desfalco, espionaje industrial, sabotaje, errores, omisiones y falta de disponibilidad de los sistemas.

En 2019, conforme la promulgación de la nueva norma europea de Protección de Datos (GDPR), la compañía a nivel global implementó cambios en las jurisdicciones donde aplicaba.





# Políticas Públicas



## Ser una empresa líder en servicios de capital humano

trae consigo una gran responsabilidad. Es así que, apalancados en uno de nuestros pilares de la estrategia de sustentabilidad, buscamos, en cada uno de los países y comunidades donde operamos, promover prácticas de diversidad e inclusión laboral.

En esta línea, construimos alianzas público-privadas con el fin de incidir, a través de nuestra experiencia y conocimiento, en políticas públicas que mejoren el acceso y condiciones del mercado del trabajo.



## 10.1. Participación política responsable

**El G20** es el principal foro intergubernamental de coordinación económica y financiera internacional, con creciente gravitación en temas de naturaleza política para contribuir a la búsqueda de soluciones a los principales problemas de la agenda global. En 2018 la Argentina tuvo la Presidencia de este grupo de 19 países y de la Unión Europea, que cuenta además con el apoyo de los principales organismos internacionales. Las prioridades de agenda en esta edición fueron: el futuro del trabajo, la infraestructura para el desarrollo y un futuro alimentario sostenible.

**El G20** cuenta con grupos de afinidad que aportan desde la sociedad civil su visión al proceso de deliberaciones de los gobiernos. El B20 (Business 20) nuclea al sector privado con el fin de discutir y consensuar posición y recomendaciones de políticas públicas. El B20 Argentina se desarrolló a partir de 8 task forces con la intervención de nuestros directores.

En referencia a esta agenda, el W20 (Women 20) es el grupo de afinidad del G20 conformado por una red transnacional de mujeres líderes de la sociedad civil, los negocios, los emprendimientos y think tanks. Su objetivo es influir en la toma de decisión y en las agendas de los líderes del G20 para que lleven a cabo políticas hacia una mayor equidad de género, acompañando el objetivo de abogar por sociedades más prósperas e inclusivas.



## 10.1. Participación política responsable

Así, desde Argentina formamos parte de estos espacios importantes de articulación:

Grupo de afinidad del G20 en 2018<sup>19</sup>: nuestro Director General, Luis Guastini, y nuestro Director de Administración, Finanzas y Tecnología, Marcelo Roitman, participaron de los grupos de trabajo de “Educación y Empleo” y “Economía Digital e Industria 4.0” respectivamente.

Reunión de la OCDE en París en 2018: nuestro Director General fue orador en “OECD EMnet Business Meeting”.

Cumbre del T20 (Think 20) en 2018: nuestro Director General fue orador en “Roundtable event for Business Leaders on Gender Equity”.

Summit W20 (Women 20) en 2018: nuestra Directora de Comunicación, Sustentabilidad y Asuntos Públicos María Amelia Videla formó parte de los procesos de diálogo y foros enfocados en la inclusión laboral y el liderazgo de las mujeres.

Jornada sobre Diversidad y Género del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en 2018: nuestra Directora de Sustentabilidad y Asuntos Públicos María Amelia Videla fue oradora en el encuentro.



<sup>19</sup> El G20 es el principal foro intergubernamental de coordinación económica y financiera internacional, con creciente gravitación en temas de naturaleza política para contribuir a la búsqueda de soluciones a los principales problemas de la agenda global.

## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas

**En Argentina**, firmamos un acuerdo marco con la Secretaría de Integración Social y Urbana de la Ciudad de Buenos Aires (G.C.B.A.) para promover la empleabilidad en el Barrio 31 mediante capacitaciones y orientación acerca del mercado laboral durante 2018 y 2019. También trabajamos junto al Programa de Empleo con Apoyo de la Dirección General de Salud Mental del Ministerio de Salud del G.C.B.A durante 2018 y 2019 en dos iniciativas: por un lado, para lograr inclusiones laborales efectivas de personas con discapacidad psicosocial en puestos de empleo formales y, por el otro, desde nuestro programa “Juntos por los Jóvenes” brindamos capacitación para que jóvenes mayores de 18 años accedan al mercado laboral con mayores competencias y aptitudes.

Por otra parte, mantenemos el compromiso asumido por convenio en 2016 con la Secretaría General y el Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires, a partir del cual contribuimos a la mejora de la empleabilidad y la incorporación al mercado laboral de sectores de la población en situación de desventaja. En este marco, generamos alianzas con los municipios de: Bahía Blanca, Morón, Quilmes, Pilar, Almirante Brown, San Martín, Mar del Plata, Junín, Escobar, San Fernando, Vicente López, San Nicolás, y Pergamino. Además, junto con la Subsecretaría de Género y Diversidad de la Provincia de Buenos Aires desarrollamos instancias de mentorías para 10 mujeres víctimas de violencia con el objetivo de potenciar su inserción laboral.



## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas

En 2019 acompañamos a CIPPEC en su Programa de Protección Social, para lo cual firmamos un convenio marco que propone la realización de eventos bajo el proyecto “Mujeres en el mercado de trabajo: una deuda y una oportunidad”. Su objetivo es evidenciar la brecha de género en el mercado laboral y promover acciones para cerrarla. Este trabajo culminó con la presentación del libro “El género del trabajo: entre la casa, el sueldo y los derechos” en la Conferencia Internacional “El género del trabajo” organizada por CIPPEC, OIT, ONU Mujeres y PNUD donde Mónica Flores Barragán, Presidente de ManpowerGroup LATAM, expuso en el panel “Hacia una agenda de trabajo decente para las mujeres”



A su vez, firmamos la adhesión a la Iniciativa Público-Privada para la Igualdad de Género en el Mercado Laboral de la Secretaría General y de Relaciones Internacionales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Su objetivo es compartir información sobre las brechas salariales y de acceso a puestos gerenciales en empresas, para obtener un diagnóstico que permita implementar un plan de acción público-privado por la equidad de género basado en la evidencia.

## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas

Asimismo, en 2019 fuimos parte del primer Foro Regional de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, organizado por la Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación. Allí nuestro Director General, Luis Guastini, expuso en el panel “Desafíos y oportunidades en la implementación de la agenda de empresas y Derechos Humanos”.

En la región de **Caribe y Centroamérica** participamos en la ejecución del programa “Empleando Futuros” en alianza con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) que tiene como objetivo fomentar la inclusión de jóvenes en el mercado laboral.

También somos miembros de varias instituciones como:

- AMCHAM El Salvador, Guatemala y Honduras.
- FUNDARHSE (Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresaria) y a través de esto con INTEGRARSE Regionalmente.
- ACNUR en Brasil y Ginebra. Fuimos convocados a las conferencias desde dicha organización en Panamá.
- Mesas de empleo en comunidades.



## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas



**En Chile** formamos parte de la Iniciativa de Paridad de Género (IPG). Es una alianza público-privada promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial, que tiene como propósito reducir las brechas de género, aumentar la participación económica y el progreso de las mujeres en el mercado laboral de Chile. Participamos de manera activa en los equipos de liderazgo y técnicos desde nuestra experiencia y conocimiento junto con altos funcionarios de gobierno. Por otro lado, desde hace 4 años formamos parte del Consejo de Sociedad Civil de la Dirección del Trabajo como representantes de asociaciones de gremios empresariales.

**En Colombia**, formamos parte de One Young World, una organización global sin fines de lucro que trabaja con jóvenes para ayudarlos a que ellos puedan impulsar los cambios positivos en sus regiones, en asociación con la Consejería Presidencial para la Juventud. Así, se inauguró el Premio Nacional al Talento Joven para que jóvenes líderes de todo el territorio nacional asistan al foro mundial One Young World. El premio estuvo dirigido a jóvenes líderes del territorio nacional colombiano que tengan entre 18 y 28 años y que lideraran iniciativas sociales, tecnológicas, culturales, emprendimientos o innoven en el sector salud, educación, deporte o ambiente. En este marco, patrocinamos a un joven de escasos recursos para asistir al encuentro global.

## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas

Por otro lado, articulamos con el Servicio Público de Empleo, una unidad administrativa adscrita al Ministerio del Trabajo, en mesas de trabajo y en agremiaciones empresariales de la industria y sector privado como:

A.N.D.I.: Asociación Nacional de Industrias.

ACOSET: Asociación Colombiana De Empresas De Servicios Temporales.

AmCham: Cámara de comercio Colombo Americana.

Ministerio de Trabajo.

ASCORT.

**En México** generamos alianzas para los distintos públicos con los que trabajamos:

Personas refugiadas y migrantes: participamos en ferias de empleo junto con el Instituto Nacional de Migración. También trabajamos junto con la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados COMAR dictando el curso “Perfilando Talento” y generando una bolsa de empleo.

Personas mayores a 45 años: nos aliamos con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) para invitar

a los asociados que no habían concluido sus estudios a certificarse en primaria y/o secundaria. Este proyecto se continuará completando en 2020.

Jóvenes: participamos en espacios de articulación con la Secretaría del Trabajo en conjunto con el Consejo Coordinador Empresarial con el programa “Jóvenes construyendo el Futuro” compartiendo mejores prácticas.

Mejora del empleo para personas en situación de vulnerabilidad: junto con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social; Servicio Nacional del Empleo; Instituto Nacional de las Personas; e Instituto Nacional de Migración dictamos el curso “Perfilando Talento”.



## 10.2. Participación activa en instancias de articulación público-privadas

Además, en el marco de una estrategia de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para reconocer a los centros de trabajo que desarrollan y gestionan la responsabilidad social a través de acciones que promueven la igualdad de oportunidades y la no discriminación laboral, recibimos el Distintivo Empresa Incluyente “Gilberto Rincón Gallardo”. Por otro lado, formamos parte del programa de la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional con Cooperación para el Salvador, Honduras y Guatemala, implementando el programa “Jóvenes Construyendo el Futuro”.

**En Paraguay,** desarrollamos varias acciones con el Ministerio de Trabajo, que es el ente público responsable por el control de regulaciones en el ámbito laboral. Participamos en charlas, eventos, ferias de empleos, y llevando adelante proyectos en conjunto con ellos.

**En Uruguay,** fuimos uno de los proveedores seleccionados por INEFOP (Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional) con el fin de desarrollar e implementar una plataforma de e-learning de desarrollo competencial. También estamos vinculados con la Cámara de Comercio Uruguay-Estados Unidos en el desarrollo de conceptos y líneas estratégicas del Marketing Digital. Por otro lado, generamos alianzas con instituciones locales para la promoción de la inclusión de personas con discapacidad: PRONADIS, Comisión Honoraria de Discapacidad, Comisión Nacional de Ciegos, DINA, y ASUR. Además, estamos trabajando con Uruguay XXI, organismo gubernamental que promueve las inversiones en nuestro país e impulsa la marca país.





# Ambiente



## Avanzamos en la gestión ambiental en la región, con la medición de nuevos indicadores. 5 países capacitaron sobre gestión ambiental a sus empleados

Basamos la gestión ambiental de todos los países en la Política y Guía de Gestión Ambiental Global de ManpowerGroup. Buscamos preservar el ambiente que nos rodea contribuyendo al bienestar de las comunidades en las cuales desarrollamos nuestras actividades. Identificamos los mayores impactos en el uso de papel, energía eléctrica, viajes de negocio y la generación de residuos sólidos urbanos y eléctricos.

Adaptamos la Política global a la realidad local de cada país, ya que sabemos que la sensibilización y concientización de todos los colaboradores es fundamental en esta materia. Por lo tanto, tenemos en cuenta la cultura local como una variable prioritaria.



## Comité y declaración a favor del Medio Ambiente en México, Caribe y Centroamérica

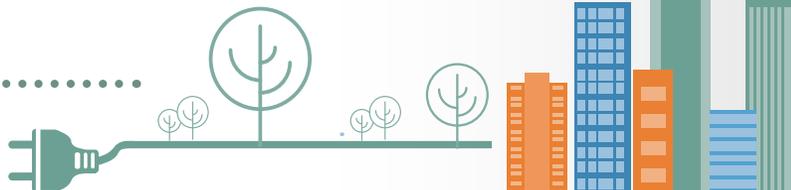


En 2019 creamos el Comité de Medio Ambiente, conformado por 25 personas que fueron capacitadas en 5 instancias diferentes. Por otro lado, elaboramos nuestra declaración a favor del cuidado del medio ambiente:

“Creemos que el mundo descansa sobre los hombros de la próxima generación. Es por eso que estamos haciendo nuestro mejor esfuerzo para hacer crecer nuestro negocio sin aumentar nuestra huella de carbono. Como una empresa de oficinas que brinda servicios y soluciones profesionales, nuestro impacto ambiental es menor a otro tipo de industrias. Sin embargo, tenemos la intención de mantenerlo de esa manera y mejorar nuestro desempeño.

Ya hemos reducido nuestro consumo de energía y la huella de carbono resultante mediante la reubicación de nuestras oficinas corporativas; cambiando los productos electrónicos, la iluminación y los automóviles antiguos por modelos más eficientes; consolidando nuestros centros de datos; y viajando menos mediante el uso de herramientas virtuales.

De manera local contamos con nuestra Política Medioambiental que hace referencia a establecer los lineamientos y acciones que permitan la gestión y uso responsable de los recursos naturales que favorezcan al cuidado, preservación y mejora del medio ambiente. Definiendo así, la postura voluntaria a favor del medio ambiente por parte de ManpowerGroup.”



## 11.1. Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos

En nuestras oficinas y sucursales utilizamos diariamente papel, cartuchos, tóner y plástico. Trabajamos continuamente en la reducción del uso de esos materiales y la reutilización de los mismos. Por otro lado, reciclamos los insumos que no pueden ser reutilizados donando gran parte a organizaciones sociales.

**En Argentina**, digitalizamos procesos e incentivamos a que los colaboradores aprovechen la tecnología al máximo. Fomentamos la reutilización de materiales y separamos los residuos que generamos para que la fracción reciclable pueda volver a reinsertarse en el circuito productivo.



### Acciones destacadas:

Campañas de concientización sobre hábitos de consumo.  
Favorecemos el reciclado de la fracción seca: 15,323 kilos de papel donado a la Fundación Garrahan en 2018.  
Donamos mobiliario y artículos de librería cuando realizamos la mudanza de oficinas.

---

**En Chile**, realizamos varias acciones para fomentar el uso eficiente de recursos y su reciclaje:

Llevamos adelante la digitalización de las firmas (firma electrónica) lo que provoca una gran disminución de papel. Contamos con una política de reciclaje de papel a nivel nacional. Todo el papel es donado a la Fundación San José. La empresa de Tecnología que nos provee de tóner, también los retira y los recicla.

## 11.1. Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos

### ECO HERO - Ecomisión Reciclable

Con el fin de concientizar acerca de la importancia del reciclaje de equipos electrónicos, llevamos adelante la campaña “ECO HERO”. Con ella informamos a los colaboradores acerca de los materiales que contienen y los invitamos a ampliar su vida útil acercando aquellos en desuso para que un grupo de expertos en reciclar les den una segunda oportunidad.



## 11.1. Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos

**En Colombia**, implementamos la facturación electrónica reduciendo las impresiones de 11 mil documentos mensuales. También digitalizamos diferentes procesos como: gestión del desempeño y novedades que enviamos a los empleados como permisos, horas extra, y procesos disciplinarios, entre otros.

Otras acciones a destacar son:

- Contamos con puntos ecológicos en donde los tachos grises se utilizan para reciclar los materiales y los verdes los papeles.
- Nuestro proveedor de tóner es parte del programa global Planet Partner a través del cual reciclan esos insumos.
- Donamos a EcoComputo y Digital Green el hardware en desuso y mobiliario a algunas organizaciones.
- Realizamos una campaña de orden y aseo en todas las unidades de negocio y capacitamos acerca de la recolección de residuos sólidos.
- En México, el proveedor que hace la recolección de los desechos, mensualmente nos entrega un reporte del material reciclado.

# 11.1. Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos

**En México**, el proveedor que hace la recolección de los desechos, mensualmente nos entrega un reporte del material reciclado.

## Reporte de logros 2019

Total de kg reciclables recolectados:

- 61 kg de botellas de plástico
- 483.40 kg de papel
- 672.20 kg de papel de color
- 698.10 kg de cartón
- 12.20 kg de latas de aluminio
- 54 kg tapitas de plástico
- Total: 1,980.90 kg
- 282.97 kg por recolección en promedio
- 7 recolecciones realizadas

## Avance del programa

- 80% del programa aplicado.

Con tu ayuda salvamos:

- 8,076 kWh de energía: la energía de 161 computadoras.
- 51,733 litros de agua: 1,078 duchas de 5 minutos.
- 35 árboles que dan oxígeno a 175 personas durante 1 año.
- Total del Fondo Verde: 2,115.34 pesos.

Causas sociales apoyadas: 54 kilos recolectados, cuyo costo se destinó a cubrir el tratamiento médico de Aldo, un niño con cáncer.



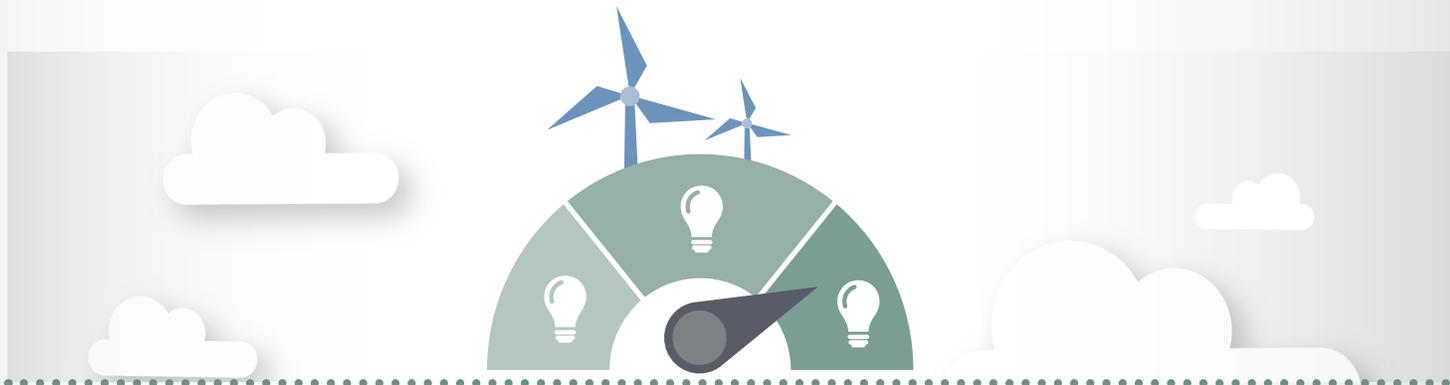
**En Perú**, formamos parte de la campaña “Hasta la última hoja” mediante la cual aportamos junto con colaboradores y clientes cuadernos y hojas para reciclar.

## 11.1. Uso eficiente de los recursos y gestión de los residuos

Gestión de Recursos	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		México, Caribe y Centroamérica		Paraguay		Perú		Uruguay	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Reciclado de papel (en kilos)	15,323	0 <sup>(19)</sup>	N/D	5,626	84	75	N/D	N/D	1,000	1,155	0	N/D	2,181	2,340	N/D	400
Compra de papel en resmas (en kilos)	1,033	1,028	N/D	2,344	3,600	3,000	N/D	N/D	N/D	N/D	2,520	2,886	118.8	1,225	720	1,100
Consumo de agua (m3)	2,329	4,825	N/D	14,520	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	31.0	852	8,406	8,566	787	814

19 No se gestiona ya que se encuentra tercerizado

## 11.2. Uso racional de energía



Estamos comprometidos con el ahorro y mejora de la eficiencia energética en nuestras oficinas y sucursales. En esta línea, promovemos en todos los colaboradores cambios de hábitos de consumo como: aprovechamiento de la luz natural, apagado de luces al retirarse de un ambiente, distribución óptima para aprovechar la ventilación natural, apagado de aparatos al terminar la jornada laboral, programado de los aires acondicionados a 24°C, entre otros. Asimismo, buscamos continuamente nuevas alternativas para mantener lo más bajo posible los niveles de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

**En Argentina**, sistematizamos nuestra huella de carbono de los traslados de los colaboradores al lugar de trabajo. En 2018 logramos medir el impacto de los colaboradores de Casa Central y Centro de Talento de C.A.B.A. alcanzando a 197 en total. En 2019, ampliamos el alcance de la medición a los otros dos Centros de Talento (CDT) ubicados en Morón y Monte Grande. Así, incluimos un 23,3% más de colaboradores en la medición de la huella de carbono de ManpowerGroup, a través del cálculo de sus emisiones en el traslado al trabajo.

## 11.2. Uso racional de energía

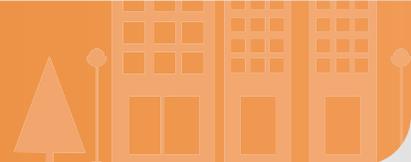


**En Chile**, el edificio donde se encuentran las nuevas oficinas centrales cuenta con manejo eficiente de la electricidad. En este marco, llevamos a cabo la aplicación de una política de manejo eficiente de la electricidad, con la cual redujimos significativamente el uso de recursos eléctricos en las inmediaciones de las oficinas. El objetivo es promover acciones que apoyen el cuidado del ambiente, como parte de la formación de nuestros colaboradores y colaboradoras, para que las puedan replicar en sus hogares y compartir con su círculo social, generando un efecto en cadena.

**En Colombia** continuamos dando pasos en nuestro programa uso de agua y energía a través del cual buscamos reducir el consumo mediante la sistematización, control y reducción. Contamos con un equipo interdisciplinario de colaboradores que actúan como referentes y realizan las inspecciones generales de las instalaciones para luego informarlas a las administraciones de los edificios.



## 11.2. Uso racional de energía



**En México**, redujimos nuestro consumo de energía y huella de carbono en diferentes ejes: reubicación de nuestras oficinas corporativas en edificios con certificación ambiental; cambio de productos electrónicos, iluminación y automóviles antiguos por modelos más eficientes; consolidación de centros de datos; gestión de la basura electrónica; y disminución de viajes mediante la utilización de medios virtuales. En esta línea, algunas de las acciones realizadas fueron:

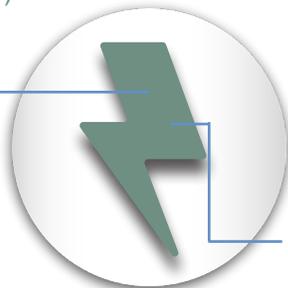
- Iluminación totalmente LED.
- Edificio con certificación LEED en proceso.
- Islas de reciclaje.
- Eliminación de tachos de basura personales.
- Concreto pulido en vez de alfombra para evitar alergias.
- El estacionamiento cuenta con una conexión para carga de autos eléctricos.
- Espacios para estacionamiento de bicicletas.
- Iluminación natural del edificio en todos los ángulos.
- Planta de tratamiento de agua de 60,000 litros lo que reduce el consumo de agua potable.
- Todos los pisos cuentan con purificadores de agua, lo que nos permite ahorrar en la compra de garrafones y contar con suministro de agua con certificación de pureza validada.

## 11.2. Uso racional de energía

### Los resultados logrados en México fueron:

Consumo de energía (kWh):

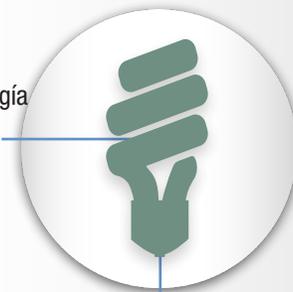
1,207,009 en 2018



1,057,117 en 2019

Reducción

33% de reducción de consumo de energía en 2018 respecto a 2017.



12% de reducción de consumo de energía en 2019 respecto a 2018.



Por otro lado, en 2018 compensamos 33 toneladas de huella de carbono, en acciones enfocadas a un proyecto forestal en los estados de **Tabasco, Chiapas y Nayarit**. Esto trajo los siguientes beneficios ambientales:

- Extensión de la superficie forestal. Alcance: 52,270 hectáreas.
- Captura de gases de efecto invernadero. Alcance: 7,758,129 toneladas de CO<sub>2</sub>eq.
- Preservación de la biodiversidad mediante monitoreo de flora, fauna, agua y suelo; conservación de áreas boscosas, entre otros.

## 11.3. Concientización ambiental



.....

**Estamos comprometidos con la concientización y sensibilización** de nuestros grupos de interés acerca de hábitos de consumo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza. Por este motivo, acercamos información a colaboradores, clientes, asociados, candidatos y proveedores sobre la importancia del cuidado del ambiente y el uso responsable de los recursos naturales, tanto en su ámbito laboral como personal. Los valores que transmitimos son:

.....

- Mejorar el desarrollo de las actividades a través de métodos de trabajo adecuados.  
Reutilizar los recursos en la medida de lo posible.
- Reducir los niveles de consumo de papel.
- Difundir la gestión racional de la energía eléctrica para reducir el consumo.
- Desarrollar medidas orientadas a la utilización y ahorro del agua.
- Fomentar el uso de nuevas tecnologías que tengan un efecto positivo en el medio ambiente.
- Reutilizar artículos consumibles de oficina.
- Adquirir bonos de carbono, para mitigar el impacto de nuestros eventos y operaciones.

## 11.3. Concientización ambiental

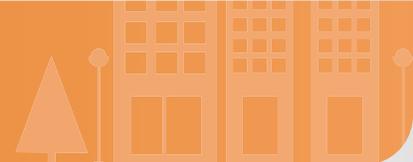


**En Argentina**, replicamos la campaña de la ONU “Rechazar lo que no podemos utilizar” con foco en la reducción del uso del plástico en el día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio). Compartimos la campaña en nuestras redes sociales internas y externas e invitamos a nuestros públicos a que colaboraran con la difusión.

**En Chile**, compartimos imágenes con nuestros colaboradores en días especiales como el Día Internacional de la Madre Tierra y el Día del Medio Ambiente.



## 11.3. Concientización ambiental



**En Colombia**, año tras año realizamos campañas sobre el medio ambiente en el mes de abril, buscando sensibilizar a todos los empleados sobre la importancia de su cuidado y difundiendo buenas prácticas en materia de sustentabilidad.

**En México**, en 2019 lanzamos nuestro programa “Empresa Promesa” en alianza con nuestro proveedor Grupo Promesa. Es una estrategia de educación ambiental, reciclaje, capacitación y entrenamiento que cuenta con las siguientes categorías para la consolidación de una cultura ambiental dentro de la organización:

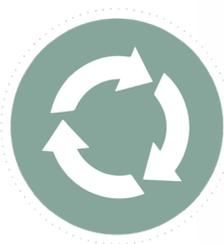
1. Educación para el desarrollo sostenible



2. Vinculación con la comunidad.



3. Gestión de residuos.



4. Comunicación.



## 11.3. Concientización ambiental



### 1. Educación para el desarrollo sostenible

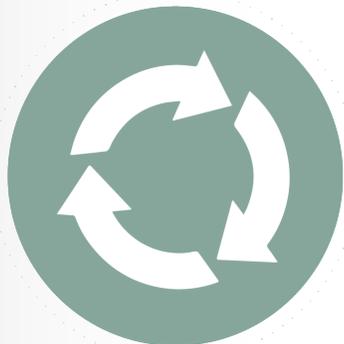
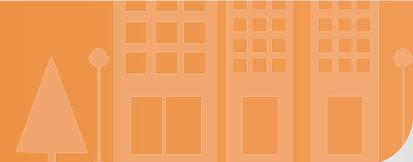
Contamos con un grupo de colaboradores que de manera voluntaria conforman el Comité Medioambiental que promueve iniciativas a nivel local. Ellos son capacitados ya que al aumentar sus conocimientos ambientales, pueden compartirlos y asistir a otros colaboradores en caso de tener dudas en la temática.

También capacitamos a nuestros colaboradores en temas ambientales y promovemos la educación para el desarrollo sostenible al igual que la mejora de la cultura ambiental en los colaboradores. Lo hacemos mediante campañas e incentivándolos a hacer cambios trascendentes a nivel laboral y personal. También sensibilizamos al personal de intendencia sobre la problemática y los capacitamos para aprender a clasificar e identificar los materiales. Asimismo, promovemos que nuestros colaboradores separen los residuos a través de las islas de reciclaje instaladas en nuestras oficinas.



### 2. Vinculación con la comunidad

Realizamos campañas con causas ambientales. Durante 2019 a través de la separación de residuos aportamos con 54 kilogramos de tapas plásticas para el “Banco de Tapitas”, cuyos fondos son a beneficio de un niño en tratamiento contra el cáncer.



### 3. Gestión de los recursos

Implementamos las islas de reciclaje donde se separan nuestros residuos en 6 contenedores diferentes: papel, latas de aluminio, PET, pilas (baterías), tapitas y otros residuos.



### 4. Comunicación ambiental

Damos a conocer tanto interna como externamente los esfuerzos ambientales y logros para motivar la participación de los colaboradores en la organización.

Por otro lado, en alianza con Fundación Grupo Modelo, llevamos a cabo 2 campañas de voluntariado a favor del medio ambiente en más de 5 sedes contando con la colaboración de 76 voluntarios. También dictamos una capacitación al personal del edificio corporativo de Revolución acerca de los siguientes temas: uso correcto de las islas de reciclaje, separación adecuada de residuos, cambio climático y concientización acerca de la importancia de adoptar una nueva cultura ambiental en la vida laboral como en la personal. Asistieron 337 personas.

**En Perú**, realizamos campañas internas por medio de mailing; participamos en una campaña externa relacionada al “Reciclaje de papel” y llevamos adelante campañas en el marco de “Normas de Convivencia” sobre el uso eficiente del agua y la energía eléctrica.



ManpowerGroup®

