



La celebración marca los 60 años de la compañía como líder mundial en ayudar a que las personas y empresas triunfen en el cambiante mundo del trabajo

MILWAUKEE, EE.UU., 14 de noviembre de 2008. Hoy, los tres CEO de Manpower Inc. (NYSE: MAN) tocarán la Closing Bell® (campana de cierre de actividades) de la Bolsa de Nueva York en conmemoración del 60 aniversario de la compañía. Líder mundial de los servicios de empleo, Manpower celebra seis décadas ayudando a empresas e individuos a triunfar en el cambiante mundo del trabajo. Manpower obtuvo esta distinción bajo la administración de sólo tres presidentes ejecutivos: el cofundador Elmer Winter, Mitchell Fromstein y Jeff Joerres, quien se desempeña como CEO desde 1999 y es presidente del directorio desde 2001. Ellos son quienes condujeron a Manpower a ser una corporación mundial de servicios de empleo valuada en \$21 mil millones de dólares.

“El lugar de trabajo claramente ha cambiado con el correr de los años desde que abrimos nuestras puertas en 1948, pero nuestra misión ha permanecido siempre igual”, dijo el Presidente y CEO de Manpower Inc.. “Conectar a las personas con trabajo significativo y, al mismo tiempo, ayudar a las organizaciones a conseguir el talento que necesitan. La capacidad de Manpower para navegar los constantes cambios en el mundo del trabajo nos transfiere la agilidad necesaria para ser un socio sólido y confiable para nuestros clientes y candidatos”.

Desde la creación de la compañía en 1948, los clientes y candidatos han contado con el grupo de compañías de Manpower que asigna a las personas correctas, en el puesto indicado y en el momento justo. A medida que el entorno económico mundial se hace cada vez más complicado, este servicio es más vital hoy de lo que jamás ha sido; Manpower ha logrado atravesar fluctuaciones económicas increíbles, emergiendo de manera consistente como una compañía más sólida y bien preparada para el crecimiento.

Sesenta años de éxitos bajo un liderazgo tan duradero es un logro increíble para cualquier organización y es una verdadera rareza entre las compañías del índice *Fortune* 500 (Manpower está en el puesto 120 de la lista estadounidense *Fortune* 2008), teniendo en cuenta que la expectativa de vida promedio de una corporación internacional es de entre 40 y 50 años. Aún más llamativa es la estabilidad de la conducción; la media mundial de permanencia en el cargo de CEO en 2007 fue de apenas seis años, según Booz & Company.

Abundan los hitos relevantes en la rica historia de Manpower. En 1962, lanzó la Encuesta de Expectativas de Empleo con una frecuencia trimestral. Esta herramienta mundial propia que pronostica las expectativas de los empleadores ayuda a gobiernos y empresas a prepararse para lo que se avecina en el mundo del trabajo. Hoy, la encuesta es el estudio sobre el empleo más abarcativo y visionario del mundo, y participan en él 33 países y territorios y casi 55.000 empleadores cada trimestre.

En 1963, Manpower presentó la campaña *White Glove Girl* para brindar oportunidades de empleo a las mujeres e incorporarlas en la fuerza laboral dominante. Desde mediados del siglo veinte, la compañía también ayudó a los jóvenes –otro grupo marginado de la fuerza laboral mundial - a conseguir trabajo. Con conocimientos probados de los cambios sociales y la dinámica de la fuerza laboral, Manpower ha trabajado intensamente con los clientes para desarrollar soluciones innovadoras para atraer, comprometer y retener a las diversas fuentes de mano de obra.

“Hemos sido testigos de los drásticos cambios de la industria y la mano de obra en el transcurso de los últimos 60 años, y hemos seguido el pulso del cambiante mundo laboral. De esta manera, seguimos ocupando un lugar de liderazgo en lo que se refiere a definir las prácticas del trabajo contemporáneo”, dijo Joerres.

La equilibrada distribución geográfica del negocio de Manpower y su diversa cartera de servicios coloca a la compañía en una situación única para ayudar a cualquier organización del mundo a que cumpla sus objetivos, brindando eficiencia y productividad en toda la fuerza laboral. Con 4.500 oficinas en 80 países y territorios, Manpower puede experimentar y probar ideas nuevas en determinados mercados y luego desplegarlo en todo el mundo. Como líder mundial de soluciones de empleo, Manpower también está bien preparada para prestar servicios a los clientes en el orden local, al tener en cuenta factores como las costumbres, normativas y leyes de cada mercado. Manpower consulta a los gobiernos de las economías desarrolladas y en vías de desarrollo sobre sus políticas para el mercado laboral. En 2007, pasó a ser



la primera corporación multinacional extranjera en obtener una licencia para brindar servicios de provisión de personal temporario en China.

La capacitación de nueve millones de individuos por año y la asignación de cinco millones de personas en puestos de trabajo en todo el mundo son acciones que forman parte del concepto de responsabilidad social. Manpower además ha invertido en el desarrollo sustentable y la formación de la fuerza laboral, la recuperación ante desastres, ha llegado a los refugiados y ha tomado una posición en contra de la trata de personas. Tener éxito haciendo el bien es la esencia de la marca Manpower.

“Nuestros 33.000 colegas de todo el mundo sienten gran aprecio por nuestra marca porque conectar a personas con trabajos sustentables es una tarea honorable. Estamos comprometidos a ayudar a nuestros clientes y candidatos a triunfar”, dijo Joerres. “Ese es el legado sobre el que seguiremos construyendo, y es lo que nos guiará en los próximos 60 años”.

Acerca de Manpower Inc.

Manpower Inc. (NYSE: MAN) es el líder mundial de la industria de los servicios de empleo; crea y presta servicios para que sus clientes triunfen en el cambiante mundo del trabajo. En el año de su 60 aniversario, la compañía valorada en US\$ 21 mil millones, brinda a los empleadores un abanico de servicios que contempla todo el ciclo laboral y comercial de la empresa. Los servicios abarcan el reclutamiento de personal permanente, eventual o contratado; la evaluación y selección de empleados; capacitación; reinserción laboral; tercerización y consultoría. La red mundial de Manpower cuenta con 4.500 oficinas en 80 países y territorios, lo que le permite satisfacer las necesidades de sus 400.000 clientes anuales, entre los que figuran empresas pequeñas y medianas de todos los sectores, así como también las corporaciones multinacionales más grandes del mundo. Manpower centra su trabajo en incrementar la productividad a través de mejor calidad, mayor eficiencia y menor costo en toda la fuerza laboral del cliente. De esta manera, los clientes de Manpower pueden concentrarse en las actividades principales de su negocio. Manpower Inc. opera bajo cinco marcas: Manpower, Manpower Professional, Elan, Jefferson Wells y Right Management. Para obtener más información sobre Manpower Inc. ingresar en <http://www.manpower.com>.