

**MRIW**

*Responsabilidad Social*

*Jornadas "Responsabilidad Social de la Empresa"  
Universidad de Málaga, 3 de noviembre de 2010*



*Breve formación  
en RS*



## El caso Nike

- El caso del Código de Conducta de la empresa multinacional Nike es uno de los más conocidos. A comienzos de la década de 1990 Nike fue denunciada en la prensa de USA por utilizar contratistas en Asia que recurrían a mano de obra esclava y el trabajo infantil. La denuncia dañó seriamente la imagen de Nike que se reflejó en una importante caída en las ventas.
- Como parte de una estrategia de fondo para recuperar su imagen Nike dio a conocer en 1992 un Código de Conducta redactado por la empresa, en el que declaraba su compromiso en ajustar las acciones de la empresa en todo el mundo a sus reglas, como así también la decisión de que todos los subcontratistas hicieran lo mismo. En todo el mundo Nike emplea directamente 22.000 empleados, e indirectamente a 450.000 trabajadores mediante subcontratistas. Poco después, a raíz de una serie de críticas recibidas por parte de los sindicatos sobre el contenido de su código de conducta, Nike redactó un nuevo texto, que es el que se presenta actualmente.



## El caso Enron

- Enron Corporation fue una empresa de energía con sede en Houston, Texas que empleaba cerca de 21.000 personas hacia mediados de 2001 (antes de su quiebra).
- Una serie de técnicas contables fraudulentas, apoyadas por su empresa auditora, el entonces prestigioso despacho Arthur Andersen permitieron a esta empresa estar considerada como la séptima empresa de los Estados Unidos, y se esperaba que siguiera siendo empresa dominante en sus áreas de negocio. En lugar de ello, se convirtió en ese entonces en el más grande fraude empresarial de la historia y en el arquetipo de fraude empresarial planificado.
- Enron solicitó protección por bancarrota en Europa el 30 de noviembre y en los Estados Unidos el 2 de diciembre de 2001.

## Qué es la Responsabilidad Social?



Es la contribución activa y voluntaria a la mejora social, económica y ambiental por parte de las empresas.

Generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Es un esfuerzo voluntario por parte de la empresa por tener en cuenta:

- a las personas que la conforman,
- el pueblo, ciudad, país donde se establece y su entorno ambiental,
- así como cualquier otra parte con quien interaccione.

## Ventajas de la Responsabilidad Social



| Ventajas   | Grupos de Interés |          |           |                           |
|--|-------------------|----------|-----------|---------------------------|
|  | Empleados         | Clientes | Comunidad | Consejo de Administración |
| Agregar valor añadido al producto o servicio ofrecido      |                   | x        |           |                           |
| Mejorar la calidad de vida del personal                    | x                 |          |           |                           |
| Aumentar la motivación y la productividad de los empleados | x                 | x        |           |                           |
| Respetar el entorno  |                   | x        | x         |                           |
| Contribuir al bienestar de la sociedad                     | x                 | x        | x         |                           |
| Mejorar las relaciones con los grupos de interés           | x                 | x        | x         | x                         |
| Gozar de buena reputación y credibilidad con sus clientes  |                   | x        |           |                           |
| Fidelizar clientes   |                   | x        |           |                           |
| Optimizar costes   |                   |          |           | x                         |

## FASE I: ESTUDIO Y REGISTRO DE GRUPOS DE INTERÉS: REFLEXIONES

LA GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS: FASES



**¿CÓMO IMPACTAN EN LA EMPRESA?**

**¿CADA UNO DE ELLOS EN QUE TIPO DE EMPRESA ES CLAVE?**



## FASE II: DISEÑO DEL DIÁLOGO Y DE LOS MARCOS DE RELACIÓN. La escalera de tipos de relación.

LA GESTIÓN DE  
GRUPOS DE  
INTERÉS: FASES





# ENFOQUE, ORIENTACIÓN Y TIPOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Enfoque reactivo

Contingencia Social,  
Económica, Ambiental

Presión del Mercado

**Empresa**

---

Enfoque proactivo

Lead Time

Conveniencia

Conciencia

**Responsabilidad  
Básica**

**Responsabilidad  
Corporativa  
Táctica**

**Responsabilidad  
Corporativa  
Estratégica**

Cumplimiento  
Legal

Algo más que  
la legislación

Integrada en la  
cadena de valor  
de la empresa

# La Economía de los Stakeholders

## Enfoque Shareholder

Empresa Tradicional

- Accionistas
- Empleados
- Clientes

Gestión de Activos Tangibles

Corto plazo

## Enfoque Stakeholder

Empresa Sostenible

- Accionistas
- Empleados
- Clientes
- Administraciones
- ONG's
- Sindicatos
- Grupos de opinión
- Comunidad Local
- Proveedores

Gestión de Activos Tangibles & Intangibles

Largo plazo

Empresa Sostenible



Stakeholders

Comunicación bidireccional



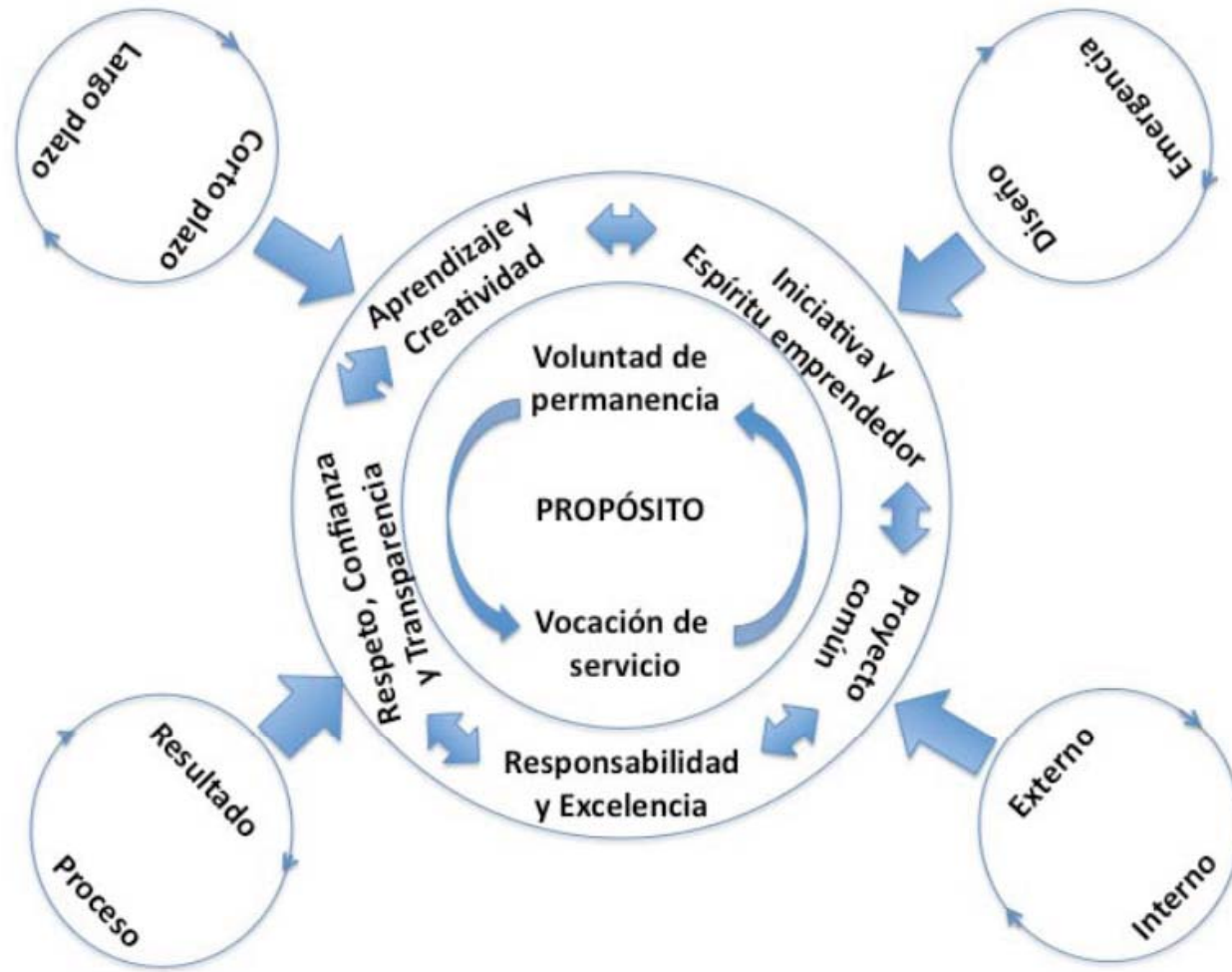
Expectativas

Objetivos estratégicos



# E.R.S = empresa positiva: modelo de cultura

R&S





*La RS en MRW*

## De dónde viene nuestra RS? : Acción Social



Desde 1993

1,5% facturación

13 Planes Sociales

10.282.667 € (2009)

7.420 ESAL

96 Campañas Solidarias



# De dónde viene nuestra RS? : Acción Social – nuestros Planes Sociales

**¿Un lápiz gastado o una varita mágica?**  
 ¿Crees que un lápiz puede ser una varita mágica?  
 En MRW, cuando un lápiz se gasta, nosotros lo reemplazamos por un regalo. Así, cada lápiz que gastamos es una oportunidad para ayudar a alguien.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Hay amigos que se merecen lo mejor**  
 ¿Sabes que los perros también necesitan un buen alimento?  
 En MRW, cuando compras un paquete de comida para perros, nosotros regalamos un paquete de comida para perros.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Ayuda a los que ayudan**  
 ¿Sabes que los que ayudan a los demás merecen un premio?  
 En MRW, cuando alguien nos ayuda, nosotros regalamos un premio.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Los pequeños recuerdos pueden acompañarnos siempre**  
 ¿Sabes que los pequeños recuerdos pueden acompañarnos siempre?  
 En MRW, cuando alguien nos recuerda, nosotros regalamos un recuerdo.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Detrás de un libro puede haber un futuro Nobel**  
 ¿Sabes que detrás de un libro puede haber un futuro Nobel?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un libro, nosotros regalamos un libro.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Esto es todo lo que necesitas para viajar**  
 ¿Sabes que esto es todo lo que necesitas para viajar?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un billete, nosotros regalamos un billete.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Bienvenido a casa**  
 ¿Sabes que bienvenido a casa es un sentimiento?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un par de zapatos, nosotros regalamos un par de zapatos.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Tan lejos... tan cerca**  
 ¿Sabes que tan lejos... tan cerca es un sentimiento?  
 En MRW, cuando alguien nos presta una pizza, nosotros regalamos una pizza.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Algunos detalles nos hacen sentir como en casa**  
 ¿Sabes que algunos detalles nos hacen sentir como en casa?  
 En MRW, cuando alguien nos presta una foto, nosotros regalamos una foto.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Una pequeña ayuda para una gran familia**  
 ¿Sabes que una pequeña ayuda puede hacer una gran diferencia?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un biberón, nosotros regalamos un biberón.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza


**Está moldeando su futuro**  
 ¿Sabes que está moldeando su futuro?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un avión de papel, nosotros regalamos un avión de papel.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza

**Para llegar lejos sólo hay que ponerse a andar**  
 ¿Sabes que para llegar lejos sólo hay que ponerse a andar?  
 En MRW, cuando alguien nos presta un teléfono, nosotros regalamos un teléfono.  
 ¿Quieres saber más? Escríbenos al correo [accion-social@mrw.es](mailto:accion-social@mrw.es).  
 Los casos más sencillos están dentro de tu alcance.  
**MRW**  
 37 años generados confianza



## Plan Sub-25

Creado en 1993, para que los estudiantes menores de 25 años desplazados de su lugar habitual de residencia, puedan emitir o recibir, en cualquier Franquicia MRW, de sus familiares directos, un envío al mes de forma gratuita, desde y hasta cualquier lugar de Andorra, España, Gibraltar y Portugal.



**Tan lejos... tan cerca**

En MRW sabemos lo importante que es sentir el calor de los tuyos cuando estás lejos. Por eso a través del Plan **Sub-25**, todos los jóvenes de hasta 25 años desplazados de su lugar habitual de residencia pueden realizar o recibir un envío gratuito al mes.

**Las cosas más sencillas están llenas de esperanza.**

902 300 400 [www.mrw.es](http://www.mrw.es)

**MRW**  
Generando confianza



## Plan ForUn (Formación Universal)

Creado en 1994 para permitir a los estudiantes y profesores en el extranjero recibir en su centro docente, por parte de sus familiares directos, los envíos que precisen con un 50% de descuento.



**Algunos detalles nos hacen sentir como en casa**

Vivir fuera de casa es echar de menos muchas cosas. En MRW queremos que aquellos seres queridos que están lejos puedan sentirse cerca de casa. Por eso a través del **Plan ForUn**, los estudiantes y profesores en el extranjero podrán recibir de sus familiares directos un envío gratuito al mes de hasta 2 kilos de documentos.

**Las cosas más sencillas están llenas de esperanza.**

902 300 400 [www.mrw.es](http://www.mrw.es)

**MRW**  
Generando confianza

# De dónde viene nuestra RS? : Políticas de Recursos Humanos

## De Calidad en el Empleo

Filosofía de Rotación cero  
Contratos Indefinidos como práctica habitual

## De Flexibilidad Laboral

Jornadas de 38 horas semanales de trabajo efectivo.  
Jornada continuada de 8 a 16 horas en la mayoría de los casos.  
Facilidades para elegir horario cuando exista causa justificada...  
Teletrabajo  
Trabajo a tiempo parcial o con reducción de jornada...  
Flexibilidad laboral a la entrada y salida de la jornada laboral  
Vacaciones anuales: Días laborables  
1/2 jornada festiva el día del cumpleaños **NUEVO!**  
1 semana de vacaciones en los decenios de antigüedad **NUEVO!**

## De Apoyo Profesional

Ayudas económicas en la formación subvencionando el 80% del coste.  
Promoción Interna siempre que se pueda en todos los puestos.  
  
Asistencia al franquiciado en materia de asesoramiento políticas conciliación.  
Propuesta Incentivada

## De Apoyo a la Familia

Ampliación del periodo de lactancia 30 minutos más..  
Reconocimientos médicos anuales.  
Plan PIA de adopción.  
Tickets guardería de 105€ al mes..  
Envío gratuito al mes para todos los empleados.  
Ofertas comerciales con condiciones especiales...  
  
Excedencia para cuidar a hijos pequeños o a progenitores o familiares...  
Abandono del lugar del trabajo para una emergencia familiar...  
Flexibilidad para los días de permiso y vacaciones cortas...  
  
Ampliación del permiso de matrimonio o unión (2 días naturales más).  
  
12 horas anuales para médicos especialistas de los hijos. Hasta los 18 años  
  
Ampliación al ámbito privado de las 12 hrs. de médico especialista anuales  
Canastilla

## De Apoyo e Integración y a la Igualdad de Oportunidades

Programa Óptima de igualdad de oportunidad en hombre-mujer...  
  
Acuerdo Fundosa-contratación e inserción de personas con discapacidad.  
Certificación SA8000 de RSC  
Certificación EFR Empresa Familiarmente Responsable  
Creación del tutor de discapacidad

## Instalaciones Flexibles

Sillones relax  
Gimnasio, con monitora de fitness  
Sala de ocio- Intenet con 4 PCs  
Biblioteca  
Parking gratuito  
Comedor office con nevera, calienta- platos, microondas ...



Es el resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo. Se obtiene observando las percepciones de los grupos de interés.

# Ranking de Reputación Corporativa: MERCO 2010



|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| <b>FACTURACIÓN 2009</b> |                |
| Santander               | 63.782m €      |
| Vodafone                | 58.858m €      |
| Siemens                 | 74.490m €      |
| <b>MRW</b>              | <b>583 m €</b> |

## Transporte de Mercancías

| Empresa               | Puesto |
|-----------------------|--------|
| <a href="#">MRW</a>   | 1      |
| <a href="#">DHL</a>   | 2      |
| <a href="#">Seur</a>  | 3      |
| <a href="#">UPS</a>   | 4      |
| <a href="#">Fedex</a> | 5      |

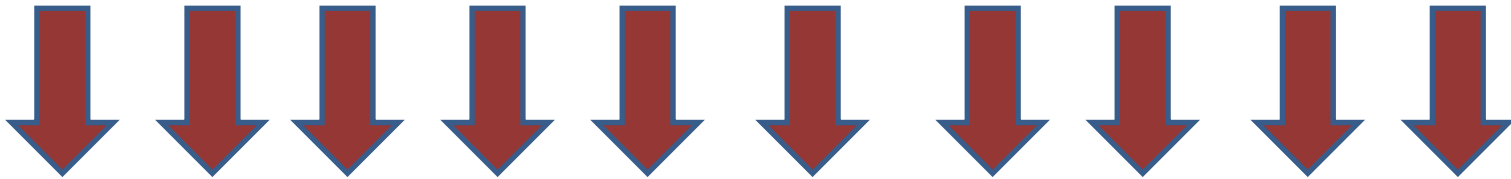
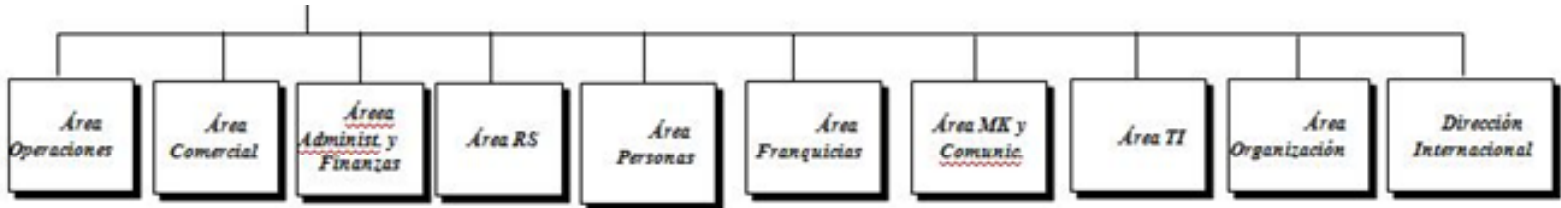
*Reflexión :  
Estamos entre las grandes  
compañías  
que además disponen de  
importantes presupuestos para RS y  
Acción Social*

Podemos destacar  
que somos **la  
primera compañía  
franquiciadora**  
entre las 100  
empresas con mejor  
reputación en  
España

## RANKING GENERAL DE EMPRESAS 2010

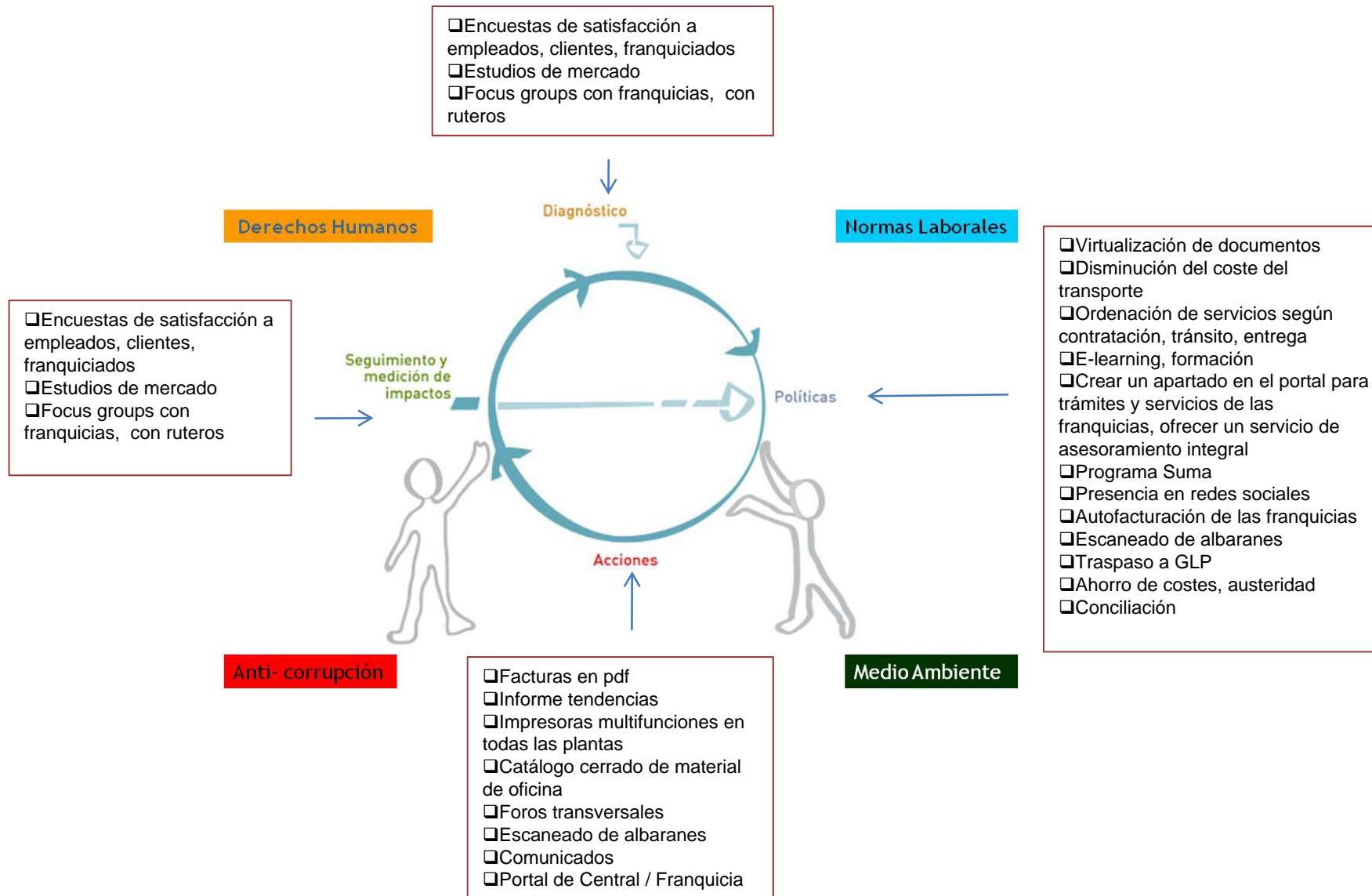
|                    |                             |                         |                             |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 1º TELEFONICA      | 26º ACS                     | 51º BANCO POPULAR       | 76º SIRO                    |
| 2º SANTANDER       | 27º GRUPO AGBAR             | 52º LECHE PASCUAL       | 77º SCHNEIDER ELECTRIC      |
| 3º INDITEX         | 28º SIEMENS                 | 53º AC HOTELES          | 78º EVERIS                  |
| 4º LA CAIXA        | 29º SANITAS                 | 54º FCC                 | 79º GRUPO VOLKSWAGEN        |
| 5º IBERDROLA       | 30º ENDESA                  | 55º SOL MELIA           | 80º ENAGAS                  |
| 6º REPSOL          | 31º BANKINTER               | 56º DELOITTE            | 81º GRUPO PLANETA           |
| 7º BBVA            | 32º DKV SEGUROS             | 57º ING DIRECT          | 82º EL BULLI                |
| 8º EL CORTE INGLES | 33º ONCE - FUNDOSA          | 58º CEPSA               | 83º BOSTON CONSULTING GROUP |
| 9º MERCADONA       | 34º PRICEWATERHOUSECOOPERS  | 59º ESIC                | 84º ABB                     |
| 10º MAPFRE         | 35º NH HOTELES              | 60º GENERAL ELECTRIC    | 85º PORTLAND VALDERRIVAS    |
| 11º GOOGLE         | 36º MUTUA MADRILEÑA         | 61º SABADELL ATLANTICO  | 86º VOCENTO                 |
| 12º ACCIONA        | 37º ABENGOA                 | 62º GAMESA              | 87º GLOBALIA                |
| 13º IKEA           | 38º BANESTO                 | 63º ADIF                | 88º DOW CHEMICAL            |
| 14º GAS NATURAL    | 39º INSTITUTO DE EMPRESA    | 64º BP OIL              | 89º TECNOVE                 |
| 15º VODAFONE       | 40º IESE                    | 65º EROSKI              | 90º ADESLAS                 |
| 16º MICROSOFT      | 41º CAJA NAVARRA            | 66º IBERIA              | 91º ALSA                    |
| 17º INDRA          | 42º NOVARTIS                | 67º MANGO               | 92º CARREFOUR               |
| 18º FERROVIAL      | 43º <b>MRW</b>              | 68º SONY                | 93º ORANGE (FRANCE TELECOM) |
| 19º COCA-COLA      | 44º L'OREAL                 | 69º LA FAGEDA           | 94º CAIXA CATALUNYA         |
| 20º CAJA MADRID    | 45º RED ELECTRICA DE ESPAÑA | 70º CLH                 | 95º GRUPO VIPS              |
| 21º DANONE         | 46º ACCENTURE               | 71º LILLY               | 96º GARRIGUES               |
| 22º RENFE          | 47º ESADE                   | 72º ADECCO              | 97º MCKINSEY                |
| 23º ABERTIS        | 48º PROCTER & GAMBLE        | 73º HEWLETT PACKARD     | 98º CAF                     |
| 24º NESTLE         | 49º BANCAJA                 | 74º APPLE               | 99º ZELTIA                  |
| 25º IBM            | 50º NOKIA                   | 75º EAE BUSINESS SCHOOL | 100º MONDRAGON              |

# MRIW



RS

# Cómo se concreta la RS en el seno de la empresa?





*Grupo RS*



1er Grupo RS (constituido en octubre de 2008)



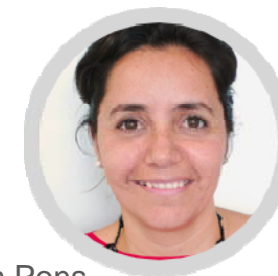
Susana Muntaner  
Directora de  
Franquicias Gestión



Silvia Vílchez  
Directora de  
Relaciones Corporativas



Esther Martín  
Adjunta Dirección  
General



Sara Pons  
Capacitación  
Profesional



Tono Rocamora  
Director de Innovación



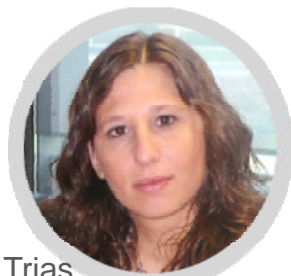
Miriam Molinero  
Directora de  
Desarrollo Estratégico



Paco Sosa  
Director de  
Relaciones Externas



Juan Marzá  
Director de Calidad



Meritxell Trias  
Directora de Compras



Carolina Rodríguez  
Responsable de  
Acción Social



Xavi Grau  
Director de Márketing

## Nuevo Grupo RS 2010



Jordi Giménez  
Meritxell Trias  
Tono Rocamora  
Nuria Nieto  
Sonia Yanguas  
Elena Díaz de Zugazua  
Miguel Edo  
Carmen Pellicero  
Susana Muntaner  
Rosa Briales  
Sara Pons

Director de Área Comercial  
Directora de Compras  
Director de Innovación  
Responsable de Área de Personas Internacional  
Directora de Área Personas  
Responsable de Área de Organización y Procesos en Logística  
Director de Área de Operaciones  
Directora de Área de Tecnologías  
Directora de Área Franquicias  
Dpto. de Reingeniería de Procesos. Área de Organización  
Directora de Área de Responsabilidad Social

José Miguel Valenzuela  
Aurora Morilla  
Miriam Molinero

Director Corporativo de Administración y Finanzas  
Directora Corporativa de Marketing y Comunicación  
Directora Corporativa de Organización

## Candidatos voluntarios para Grupo RS



Susana Díaz  
Secretaría de Comité  
Área Franquicias



Alfonso López  
Área de TI



Wagner Goldulbeu  
Seguridad  
Área de Operaciones



Pilar Cabrerizo  
Área Personas



Rosa Briales  
Reingeniería de  
Procesos  
Área Organización



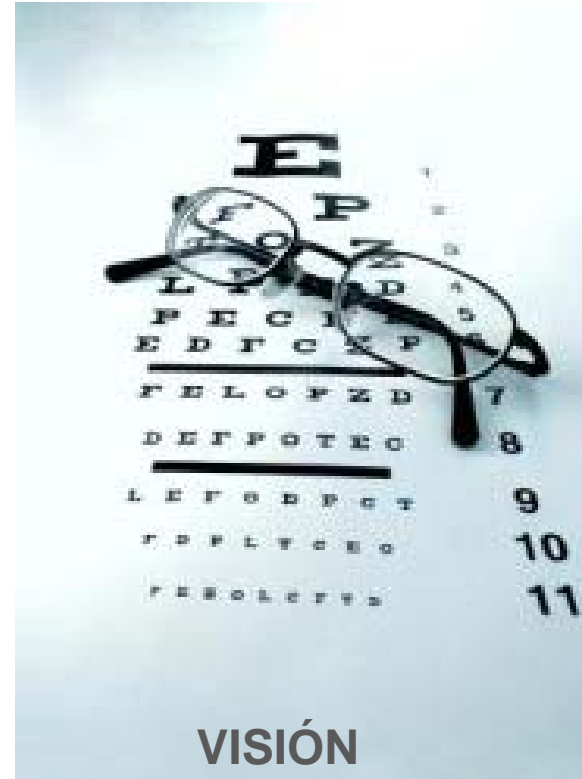
Reynaldo Falero  
Plataforma de  
Barcelona  
Área Operaciones



Carmen Matesanz  
Acción Social  
Área RS



**Ser la conciencia de la  
compañía**



**Innovar para  
continuar siendo un  
referente en  
compromiso social**

Portal de Central > Grupos de Trabajo > Grupo RS Esther Martin Villanueva | Mi sitio | Mis vinculos

---

**MRW** Grupo RS Este sitio: Grupo RS Acciones del sitio

---

Ver todo el contenido del sitio

**Documentos**

- Documentos compartidos

**Listas**

- Anuncios
- Calendario
- Tareas

**Discusiones**

- Discusión de grupo

**Papelera de reciclaje**

### Anuncios

Título

#### LA RSC Cabe en un plano de metro



**El Club de Excelencia en Sostenibilidad, la Agencia de Desarrollo económico 'Madrid Emprende' y PriceWaterHouseCoopers, lanzan una Guía de Implantación de la Responsabilidad Corporativa para pymes con el objetivo de mostrarles el camino hacia la utilización de la RSC.**

La Guía es uno de los primeros productos de la colaboración de estas tres organizaciones que tiene como fin ayudar a las empresas madrileñas a aumentar su competitividad mediante el conocimiento e implantación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Desde el departamento de comunicación del Club de Excelencia en Sostenibilidad aseguran *"que querían resumir todo en un soporte manejable, entendible de un primer vistazo". Y la mejor forma que han encontrado es traducirlo a un plano de Metro".*

La empresa puede escoger las líneas **en las que quiere comenzar a trabajar según su tamaño**, objetivos, y grupos de interés. La última estación es siempre tratar de crecer en el desarrollo del negocio pero antes pueden desarrollar su viaje en varios tramos.

La línea azul representa a los **empleados**, la línea roja a los **clientes**, la línea verde a **medio ambiente**, La línea naranja a la **sociedad más cercana**, la morada a los **proveedores**, la gris a las **Administraciones Públicas** y la amarilla, es una línea circular basada en el cumplimiento de la Estrategia de Responsabilidad Corporativa.

### Grupo de Trabajo

Grupo RS



Generando confianza

### Foro de ideas

Asunto

BOE

Presentación Guía Accesibilidad en Bruselas

Sinergias entre empresas y RS

Información de medio ambiente

Agregar nueva discusión

### Vínculos

Dirección URL

[Cartas de compromiso de proveedores](#)

[devolución por no utilizar bolsas de plástico](#)

Agregar nuevo vínculo







*¿Qué esperan, en RS,  
nuestros  
Clientes, empleados y  
Franquiciados?*



1. Qué esperas de MRW como Compañía?
2. Cómo ves a MRW?
3. Qué crees que deberíamos estar haciendo y no hacemos?



# Encuesta a Empleados, Franquiciados y Clientes



**MRW**

Inicio | Información Corporativa | Información Operativa | Trámites y Servicios | MRW Informa | **Utilidades**

## Encuesta Solidaria 2010



Gracias a todos vosotros, MRW es una empresa destacada por su solidaridad. Sabemos que tú también eres solidario, por eso, nos gustaría conocer y aprender de tus acciones. Ayúdanos a cumplimentar esta encuesta, no te llevará más de 5 minutos!!

**Iniciar** ➔

**MRW**  
Generando confianza

Elige un idioma | Cambiar

Área Privada de Clientes

Servicios

Seguimiento de envíos

Acción Social

Sala de prensa

Empresa

Las personas

Nuestras Cifras

Relaciones externas

Galardones

Conferencias realizadas

Certificación EPR

Convenios

Videos promocionales

Nuestras Franquicias

Contacte con nosotros

**Tu opinión = 500 g de arroz**

Está en: Inicio > Empresa > Tu opinión = 500 g de arroz

En MRW queremos contar con la opinión de todos nuestros grupos de interés y nuestros Clientes es uno de los más estratégicos para nosotros.

Por eso te pedimos 5 minutos de tu tiempo para que nos des tu opinión contestando las siguientes tres preguntas.



¿Qué esperas de MRW como Compañía?:

Siguiente

**tu opinión = 500 g de arroz**

Para agradecer tu colaboración haremos, en tu nombre, una donación de 500 g de arroz al Banco de Alimentos.

**"Colabora con tu granito de arroz", cuantos más seamos mayor será la aportación.**

Consulta de envíos

Introduce a continuación su número de envío:

/

Nacional  Internacional

**Consultar**

Compra de servicios prepagados

Teléfono de atención al Cliente 902 300 400

**Encuesta de Satisfacción Franquiciados 2.009 – 2.010**

**Resultados de la Encuesta**

En general ¿Qué espera usted de MRW?



- "...Confianza en la Marca..."
- "...Mantener Parámetros Actuales..."
- "...Trabajo en Equipo..."
- "...Reducción de los costos operativos (Arrastres)..."
- "...Mayor rentabilidad para mi negocio..."
- "...Hincapié en nuevas tecnologías..."
- "...Coherencia con los Tiempos..."
- "...Repetición"
- "...Trato más profesional y respetuoso de la Central..."
- "...Identificación del Mercado Meta..."
- "...Unidad entre franquiciado y central..."
- "...Ser nuevamente los líderes del Mercado..."
- "...Apoyo a las Franquicias pequeñas..."
- "...Respuestas Contundentes y oportunas a los cambios del mercado..."
- "... pues que central ponga los pies en el suelo y vea de una vez como están las cosas y no siga estando en las nubes ..."



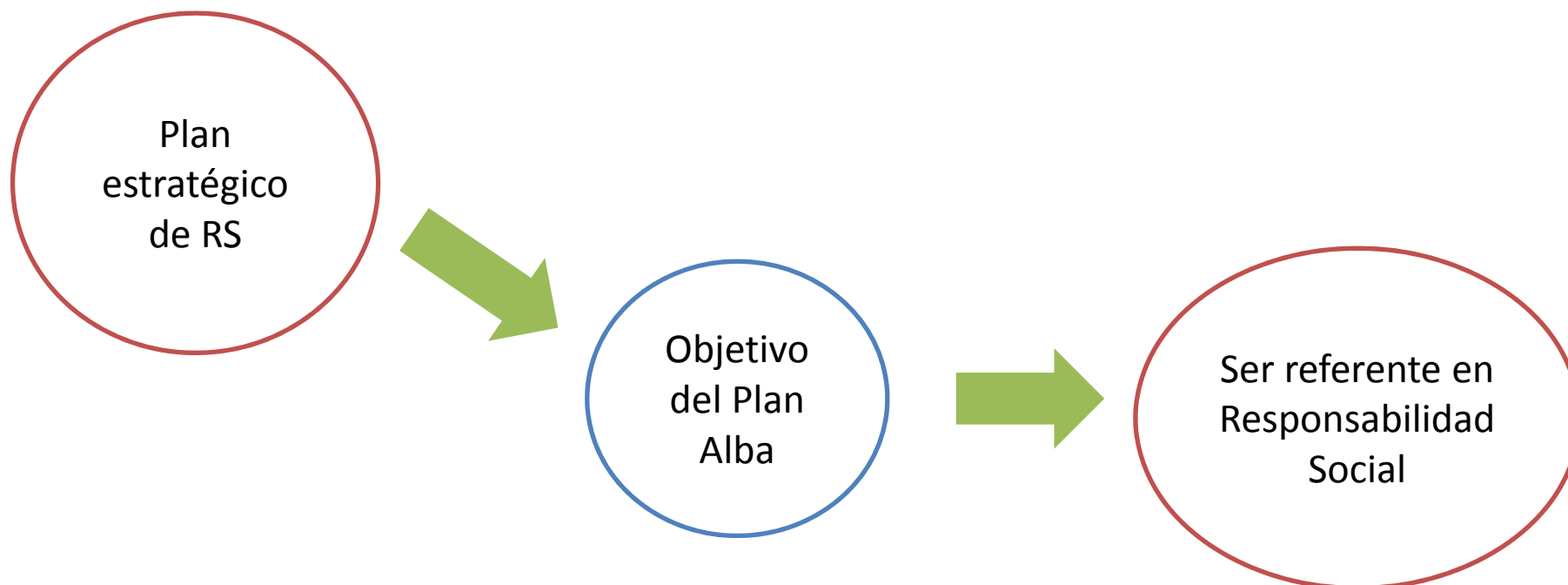
*Plan Estratégico de RS*  
*Proyectos 2010*

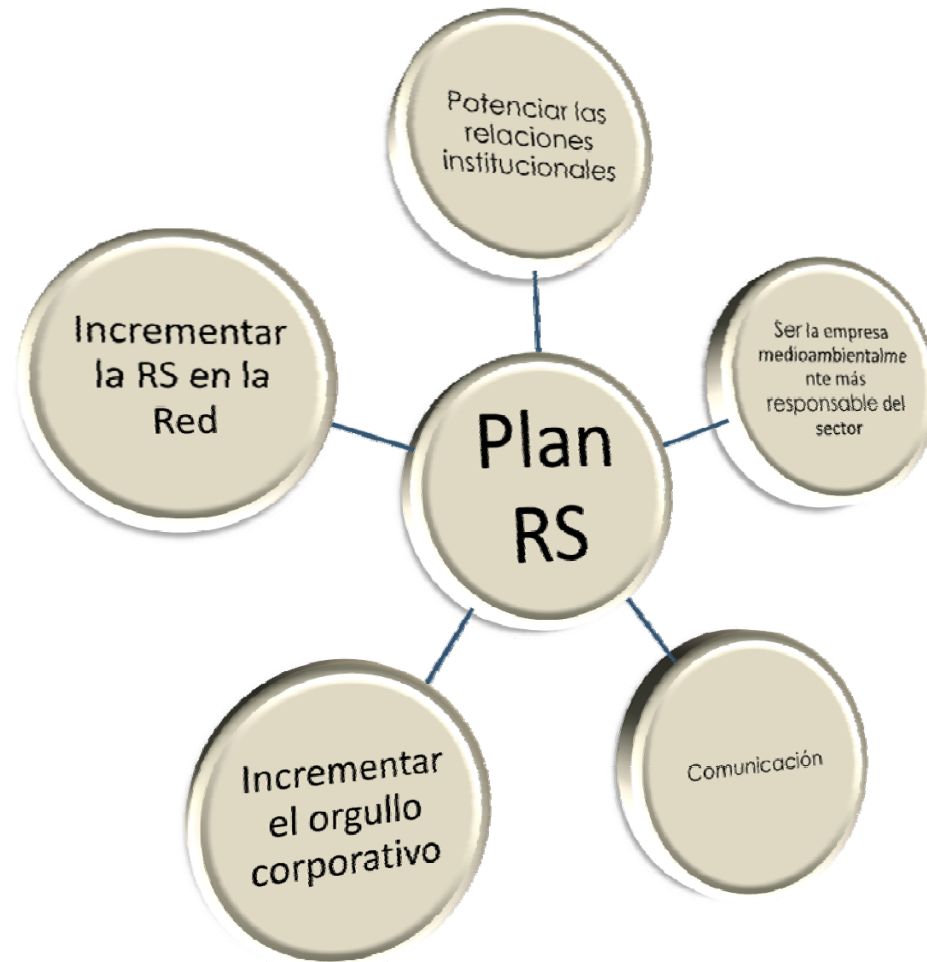
Misión de la compañía



Hacer ganar tiempo,  
acercando personas  
y empresas, siendo  
el **referente** en  
transporte urgente y  
**compromiso social**











Diseñar plan para establecer  
mecanismos de **diálogo**  
con todos los grupos de interés

*Miriam Molinero*

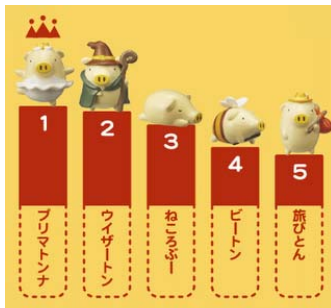


Objetivo : potenciar las relaciones institucionales



Estudio estratégico de presentación de MRW a **premios**, incluyendo premios a nivel internacional

*Sara Pons*



Estudio estratégico de **ránkings** en los que queremos posicionar la marca.

*Sara Pons*

GI : Franquicias – Clientes - Accionistas

Objetivo : potenciar las relaciones institucionales



Asistencia a los eventos internacionales organizados por el Global Compact

Difundir las buenas prácticas a través de la Web de la Asociación

Participar de forma prioritaria en las actividades de la Asociación

Acceder a la base de datos de Buenas Prácticas exclusiva para socios

Recibir asesoramiento personalizado y gratuito para socios sobre la realización del Informe de Progreso

Contar con una análisis de Progreso con el equipo de analistas de la Asociación



**Guía sobre cómo aplicar la RS en redes de Franquicias.**  
Presentación en medios y al público el 27/10/10

*Sara Pons*

Objetivo : ser la empresa más medioambientalmente responsable del sector



Sobres biodegradables

*Esther Martin*

Combustibles alternativos

*Tono Rocamora*

Implementar medidas establecidas por el ISO 14001

*Meritxell Trias*

Compras verdes y responsables

*Meritxell Trias*

Auditoría de emisiones de CO2

*Meritxell Trias*



Diseñar **Plan de Comunicación** de RS y Acción Social  
*Aurora Morilla*



Creación de una **sección específica de Responsabilidad Social en la nueva web corporativa**, en la que se explique todas las acciones que desarrollamos de RS y que sirva de **memoria social** de la compañía.  
*Albert Ràfols*

Objetivo : incrementar el orgullo corporativo



TCuidaT: Desarrollar y dar relevancia al modelo **Corporate Fitness**  
*Sonia Yanguas*

### ACCIONES

- Plan de **formación** sobre RS para el personal.  
**Área de Personas**
- Crear **punto de recepción** de donaciones para Campañas Solidarias en las instalaciones de Central.  
**Área de Responsabilidad Social**



GI : Personal vinculado - Franquicias

Objetivo : incrementar la RS en la Red



- Elaboración de reporte online de las acciones de RS.

Sara Pons

- Inclusión en el contrato de Franquicias de los Principios del Pacto Mundial.

Sara Pons

- Impulsar al reconocimiento social de las Franquicias en la comunidad en la que desarrollan su actividad.

Sara Pons



GI : Personal vinculado – Franquicias - Clientes



*Muchas gracias*

*sara.pons@mrw.es*