

MRW

MEMORIA SOCIAL 2010

Elaborado por MRW · septiembre 2011



Carta de la Directora Corporativa de Responsabilidad Social Grupo MRW



*P*or séptimo año consecutivo ponemos a su alcance la memoria que resume todas nuestras acciones en Responsabilidad Social que llevamos a cabo en MRW durante el año 2010.

En ese año empezaron a gestionarse los proyectos nacidos del primer Plan Estratégico de RS de la compañía, diseñado por el Grupo RS de MRW.

Como hito más relevante se editó, en colaboración con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la primera Guía de la RS en empresas franquiciadoras, algo que hasta la fecha no se había estudiado.

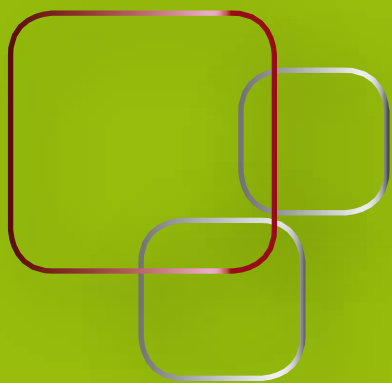
Las empresas que como MRW gestionan su actividad a través del sistema de franquicias, tienen un grupo de interés que el resto de compañías no tienen: las franquicias o franquiciados. Se trata de una relación bidireccional en la que somos proveedores y clientes a la vez.

Es una relación fundamental para el desarrollo de la compañía y que por ello se debe estudiar y llevar a cabo de una forma diferente y de la misma manera se necesita de una estrategia para poder llevar también la RS a las franquicias y que la puedan desarrollar a nivel local, en su comunidad y desde su realidad.

Esperamos que sea de su interés y seguimos trabajando para ser un referente en responsabilidad social.

Esther Martín Villanueva

Índice



1. Dimensión	p04
2. Organización	p07
3. Estrategia	p12
4. Personas	p20
5. Acción Social	p28
6. Medio Ambiente	p34
7. Encuesta	p37

1. Dimensión

119 CONFERENCIAS en 2010

Más de **13.000** PERSONAS VINCULADAS a la Marca

289 PREMIOS, **12** nuevos en 2010

349 personas han realizado VISITA GUIADA a las
instalaciones centrales

Facturación 563 millones €

1,68% destinado a actividades de interés general

Franquicias cerca de 1.300

7 abiertas en 2010

Plataformas Operativas 61



MRW nace en Barcelona en 1977 con accionariado íntegramente nacional. La Red de transporte urgente se gestiona bajo el modelo de Franquicia. En 1988 MRW llega a Venezuela y en 1994 a Portugal alcanzando en 2010, cerca de **1.300 Franquicias**, **61 Plataformas Operativas**, una flota de más de **3.000 vehículos** y **8 aviones**.

IMPLANTACIÓN FRANQUICIAS DE MRW



INVERSIÓN EN ACTIVIDADES DE INTERÉS GENERAL

Acción Social **7.322.906€**

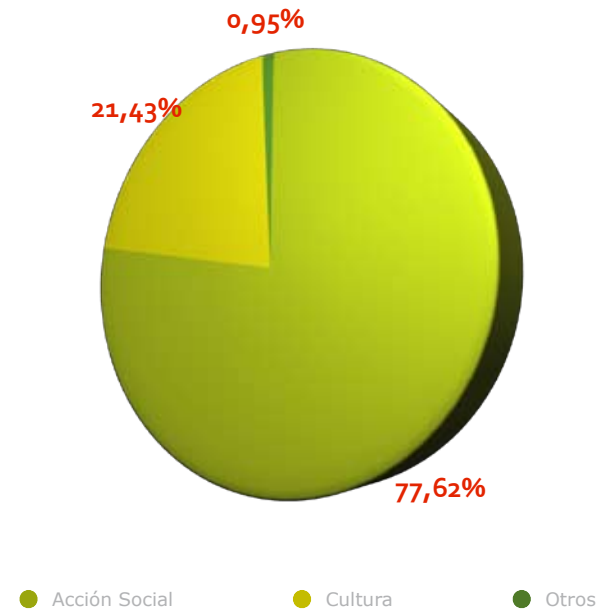
Cultura **2.021.528 €**

Otros **89.155 €**

Total **9.433.589€**

La inversión en 2010 en actividades de interés general ha supuesto el **1,68%** de la facturación bruta.

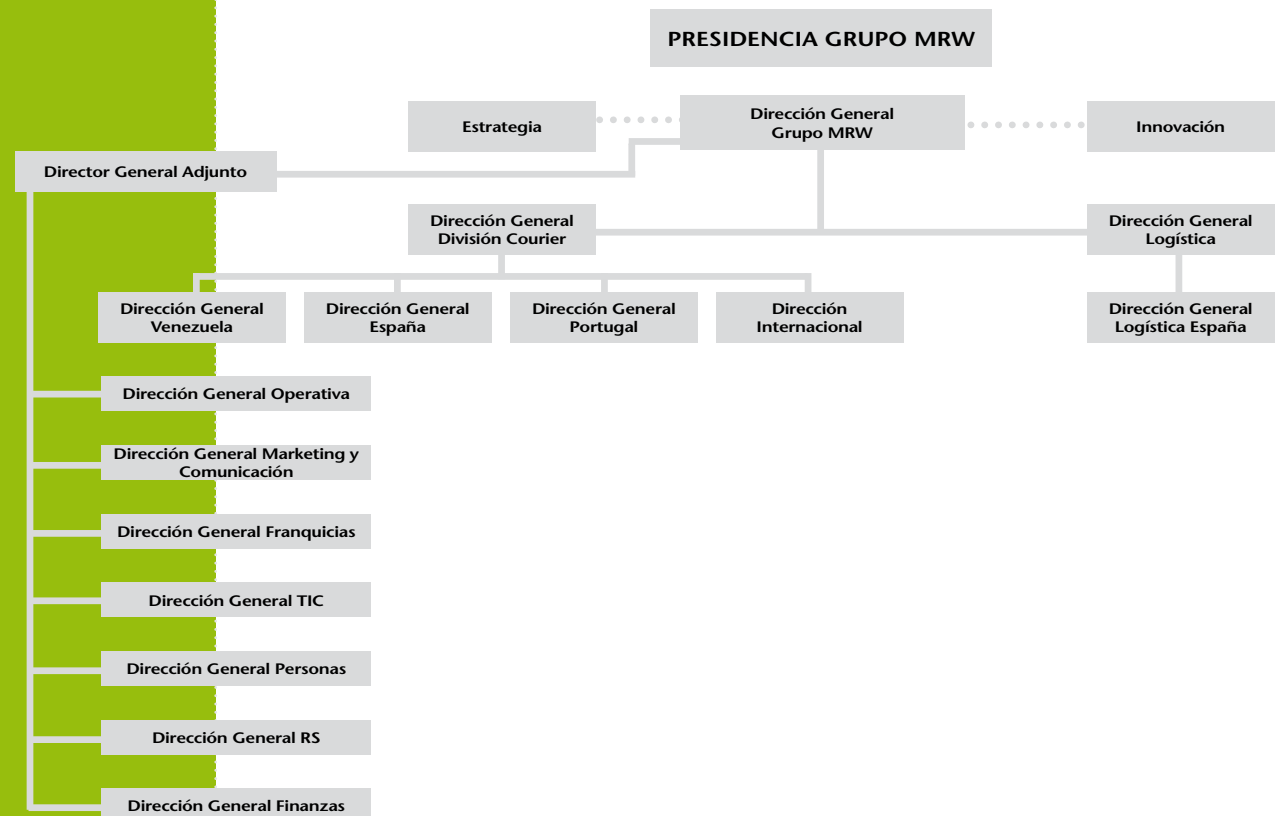
INVERSIÓN EN ACTIVIDADES DE INTERÉS GENERAL



2. Organización

ORGANIGRAMA CORPORATIVO DEL GRUPO

La estructura organizativa de la compañía, adaptada para emprender el proceso de internacionalización, permite trabajar en los distintos países en los que tiene presencia compartiendo la misma filosofía, valores y procedimientos que adaptan a la situación y realidad de cada país. El equipo Directivo de MRW ha desarrollado y transmitido una forma de trabajo apoyada en el compromiso social y compromiso con las personas que facilitan la cohesión y la consecución de los objetivos organizativos.





COMITÉ DE ÉTICA, ARBITRAJE Y ASESORAMIENTO

En 1990 el Presidente de MRW creó el Comité de Ética, Arbitraje y Asesoramiento, máximo órgano de decisión de la Compañía en el que se proponen y evalúan estrategias. El Comité está formado por franquiciados y por las personas designadas en representación de Central en cada país.

Este mismo modelo se implantó en Venezuela en 1991 y en Portugal en 1998.

PRINCIPIOS DE GESTIÓN

Se desarrolla y persigue un clima social satisfactorio, basándose en los siguientes principios:

- Ambiente de trabajo basado en la confianza y respeto mutuo
- Adaptación continua a la normativa aplicable
- Prevención y control de sucesos no deseables





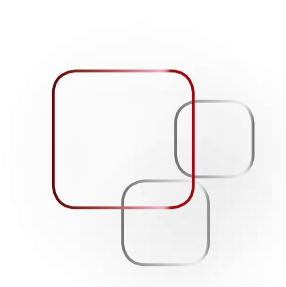
RECURSOS

Pone a disposición de sus proyectos sociales los recursos más valiosos.

Ofrece sus **productos y servicios** de transporte urgente de forma gratuita o con importantes descuentos a entidades sin ánimo de lucro, librerías y editoriales, empresas de nueva creación y a diferentes sectores de la sociedad, cumpliendo con los mismos índices de calidad y prestaciones (más información ver capítulo de Acción Social).

Una cuestión muy importante es ofrecer un **empleo** en condiciones de igualdad y dignidad a personas que, por su situación, les resulte más complicado acceder al mercado laboral.

Prioriza proveedores con implicaciones sociales para sus **compras**, principalmente centros especiales de empleo.



RESUMEN DE INVERSIÓN EN OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS GENERAL EN 2010

Cultura **2.021.528 €**

Otros **89.155 €**

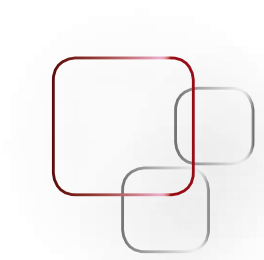
OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS GENERAL

Contribuye en otras áreas de interés general, con una inversión de **9.433.589 €**, al desarrollo y mejora de las condiciones de la sociedad.

Colabora en **educación** con universidades y escuelas de negocios para explicar y dar a conocer el caso MRW como ejemplo de desarrollo y gestión. También interviene en numerosas ponencias, conferencias y mesas redondas, en las que se hace referencia a la Responsabilidad Social, ya que son una de las fórmulas de comunicación y de relación de MRW con la sociedad.

La inversión en 2010 destinada a la **cultura** fue de **2.021.528 €**, en la que se incluyen los recursos destinados al Plan Ayuda Cultura, servicio creado para ayudar a la divulgación cultural mediante el envío de libros con importantes descuentos. Las librerías y editoriales que se beneficiaron de estos descuentos fueron **2.299** suponiendo una inversión de **2.005.315 €**.

Además MRW es Mecenaz de la Fundación Arqueológica Clos en la que también patrocina becas de estudio sobre el Antiguo Egipto, teniendo un aula con su nombre.





OTRAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN Y PATROCINIO

Ha colaborado con diferentes organizaciones y organismos oficiales, que trabajan en diversas actividades de interés general, con una inversión de **89.155 €**:

- Asociación Independiente de Jóvenes Empresarios de Cataluña, AIJEC
- Club de Excelencia en Sostenibilidad
- Fomento del Trabajo Nacional
- La Marató de TV3
- Fundación SERES
- Salvamento, Ayuda y Rescate Español, SAR
- Fundación Arqueológica Clos
- Global compact
- BestPractices In
- Fundación Echevarne
- Fundación Abad Oliva
- Socialbid Subastas Benéficas
- Libro Solidario / Relatos de un Mundial
- Festival Internacional Publicidad Social MMK
- ImexClinic/Proyecto Oftalmorock Edición Solidaria
- Fundación Anima/Calendario Solidario
- Asociación Afanoc
- Fundación Scientia
- Fundación Red
- Asociación Portuguesa de Operadores Expresso
- Asociación Portuguesa de Franchising
- Cámara de Comercio Luso-Española
- Biblioteca Nacional Boliviana
- Alcaldías de Chacao, del Estado de Trujillo y Zulia (Venezuela)
- Fiscalía Militar de Maracay, Fiscalía Superior de Maturín, Fiscalía General en Caracas (Venezuela)
- Protección Civil de Venezuela
- CICPC, Cuerpo de Investigaciones Científicas Penales y Criminalísticas

3. Estrategia



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tal como recoge la carta de la Directora Corporativa de Responsabilidad Social de MRW en la memoria anterior, en España en el año 2009 se creó el Grupo RS, formado por los máximos directivos de todas las áreas de MRW y un empleado, elegido mediante votación por los miembros del Grupo RS de entre todos los candidatos que se presentaron, participando en dos reuniones. El grupo de trabajo es coordinado por el Área de Responsabilidad Social que se ocupa de la coordinación del Plan Estratégico de RS.

Tras la definición de su Misión “**ser la conciencia de la compañía**” y de su Visión “**innovar para continuar siendo un referente en compromiso social**”, y una vez detectados los diferentes grupos de interés, se desarrolló el primer Plan Estratégico de RS 2010-2013.

Como guía para definir la estrategia de RS de la Marca se formularon tres preguntas abiertas a tres de sus grupos de interés: Empleados, Franquiciados y Clientes:

¿Qué esperas de MRW como Compañía?

¿Cómo ves MRW?

¿Qué crees que deberíamos estar haciendo y no hacemos?

La relevancia del Plan queda constatada en su reporte mensual en el Cuadro de Mando Integral de la Compañía.

Como resultado de este Plan Estratégico surgieron **17 proyectos** liderados por los miembros del Grupo RS, en torno a **cinco ejes**:

- La comunicación
- Incrementar el orgullo corporativo
- Incrementar la Responsabilidad Social en la Red
- Potenciar las relaciones institucionales
- Ser la empresa medioambientalmente más responsable del sector.



Como ejemplo de proyectos detallamos alguno de ellos: la creación, junto con la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, de la Guía "La RSE en Empresas Franquiciadas". Primera Guía a nivel mundial que ofrece a las empresas franquiciadoras pautas para definir su modelo de Responsabilidad Social con sus Franquicias.

La Guía nace con el fin de que la Responsabilidad Social no quede únicamente en los servicios centrales de la Marca concesionarias, sino que llegue hasta las franquicias, para que también ellas puedan desarrollar localmente prácticas de Responsabilidad Social e incluirlas en su modelo de gestión.

Otros proyectos a destacar son: la adaptación de las rutas a combustibles alternativos GLP y la incorporación de sobres biodegradables (más información ver capítulo de Medio Ambiente).

En la actualidad se está trabajando para replicar este mismo grupo de trabajo en Portugal y Venezuela, países en los que MRW tiene presencia.





COMUNICACIÓN

La Responsabilidad Social de la compañía es considerada como una parte diferenciadora e integrante de su política de comunicación corporativa.

La comunicación al exterior se realiza mediante su página web www.mrw.es, Memoria Social, su publicación corporativa MRW Magazine, en las distintas Notas de Prensa, artículos y entrevistas en diferentes medios de comunicación y participando en un gran número de ponencias y conferencias en las que se explica el caso MRW.

La empresa tiene derechos y obligaciones que, como parte de la sociedad, debe armonizar con su misión y objetivo de crear riqueza. Su Responsabilidad Social empieza por los más cercanos: los empleados y sus familias.

CERTIFICADO EFR

Es por ello que se desarrolla un estándar de gestión empresarial de referencia y un Modelo de Empresa Familiarmente Responsable (EFR) de certificación para empresas y administraciones públicas y privadas. Su objetivo principal es facilitar y mejorar la conciliación de la vida familiar y laboral de los empleados.

El proceso de certificación es llevado a cabo por la Fundación +Familia, constituida en abril de 2003 como iniciativa social y de carácter benéfico para la protección y promoción de la familia, a través de un comité de certificación.

Las políticas de EFR son las directrices generales de la alta dirección de MRW en cuanto a conciliación de la vida familiar y laboral de los empleados, constituyendo una de las partes fundamentales del Modelo. Aportan los contenidos y circunscriben el marco de referencia de la compañía.

Las distintas políticas formales consideradas familiarmente responsables, se pueden agrupar en varias categorías:

- De estabilidad en el empleo: políticas dirigidas a eliminar o minimizar determinados efectos de la sociedad actual, tales como la filosofía de rotación cero.



- De flexibilidad laboral: políticas a través de las cuales los horarios estrictos y controles presenciales y de horas trabajadas se sustituyen por horarios flexibles, jornadas intensivas, teletrabajo, etc.
- De apoyo profesional: políticas a través de las cuales la organización se involucra en el desarrollo profesional de sus empleados, a fin de proporcionarles la ayuda necesaria para el mismo, desde una visión y objetivo de equilibrio y conciliación, pudiendo destacar en este punto medidas como ayudas a la formación, promoción interna, idea premiada, etc.
- De apoyo a la familia: servicios que la empresa ha diseñado para ayudar al empleado en su vida personal y familiar como ampliación del tiempo de lactancia, tickets guardería, envíos gratuitos, ofertas comerciales, Plan PIA (más información ver capítulo Acción Social).
- De apoyo a la integración y a la igualdad de oportunidades, con especial atención a la integración de colectivos que en la actualidad están socialmente desfavorecidos y a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito profesional, medidas como el acuerdo con Fundosa o el hecho de que MRW forme parte de diversos proyectos por la igualdad, como el programa Óptima o el "Proyecto PI" (Por la igualdad).

Niveles de Certificación

El modelo EFR ha sido diseñado para permitir una certificación basada en una serie de requisitos cualitativos y cuantitativos.

En cuanto a los requisitos cuantitativos, el Modelo se estructura sobre una base de 2.000 puntos.

En función de la puntuación obtenida la organización puede encontrarse en uno de los cuatro supuestos o niveles que a continuación se presentan:

- D-Escéptica: 0 - 250 puntos
- C-Comprometida: 251 - 800 puntos
- B-Proactiva: 801 - 1.450 puntos
- A-Excelente: 1.451 - 2.000 puntos

En 2010 MRW se ha certificado como empresa Proactiva en el **nivel B**.



PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Con la adhesión de MRW como socio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, se compromete a implementar los diez principios para que formen parte de su estrategia y operaciones.

Principios del Pacto Mundial:

Derechos humanos

- Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Las empresas deben asegurarse que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Normas laborales

- Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Medio ambiente

- Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Desde junio de 2010 MRW forma parte del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial (Global Compact) velando así por el cumplimiento de los diez principios detallados anteriormente.

ACTUALMENTE EL GRUPO MRW FORMA PARTE DE LAS SIGUIENTES ENTIDADES

Es presidente de la AECI (Asociación Española de Courier Internacional)

Es vocal de:

- Fomento del Trabajo Nacional
- Asociación Española de Franquiciadores, AEF
- Consejo Asesor Postal
- Miembro del Comité Organizador del Salón Internacional de la Logística
- Comité de Responsabilidad Social de Fomento del Trabajo
- Asociación Portuguesa de Operadores Expresso
- Asociación Portuguesa de Franchising
- Cámara de Comercio Luso-Española

Es miembro del Patronato de:

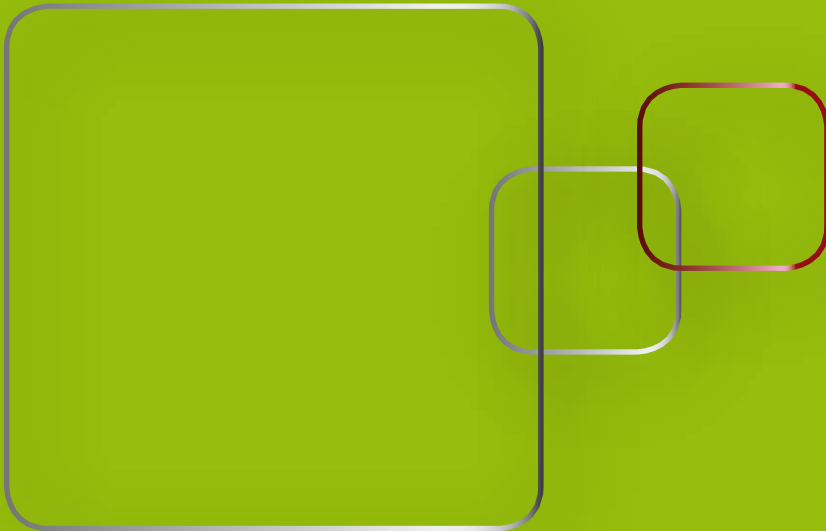
- La Fundación EADA (Escuela de Alta Dirección y Administración)
- Fundación ROSE

Es miembro del Grupo de Trabajo de Carga Aérea MPL (Madrid Plataforma Logística)

Es miembro de la Asamblea General del Club de Excelencia y Sostenibilidad

Es miembro de la Junta Directiva de:

- AECAF (Asociación Española de Carga Fraccionada)
- Club de Excelencia en Sostenibilidad





CALIDAD

La gestión hacia la calidad total, la rapidez y el buen servicio son los principios comerciales de MRW. En 1994 se creó en España el Departamento de Calidad y se diseñó su estrategia basada en la calidad total y la orientación al Cliente. En 1995 fue la primera empresa del sector en obtener la certificación **UNE-EN-ISO-9002 de Calidad** para la totalidad de sus Franquicias, Plataformas Operativas e Instalaciones Centrales.

Actualmente MRW mantiene certificada la eficacia de los procesos de prestación del servicio de transporte urgente y mensajería creando su propio Modelo de Excelencia, el **MRW Quality certificado por APPLUS LGAI Technological Center**.

El Departamento de Calidad se implantó en Portugal en 1998 y en Venezuela en 2006, ambos trabajan bajo los mismos parámetros que en España.

El Grupo MRW, como garantía de su servicio, ofrece envíos gratuitos en caso de que el envío sufra algún retraso y por otro lado en caso de que un envío salga por error de la cadena de proceso, inmediatamente se intenta redirigir.

Los índices de calidad del servicio se miden sistemática y periódicamente con acciones preventivas (llamadas de verificación de procesos, envíos trampa, Cliente oculto...) y con el seguimiento de los respectivos indicadores que permiten determinar posibles desviaciones en los procesos operativos antes de que éstas lleguen a producirse.





SERVICIOS

Uno de los objetivos del Grupo MRW es estar cerca de sus Clientes para ofrecerles una relación más personalizada, incluso de asesoramiento. Gracias a la capilaridad de su Red le permite ser la empresa de transporte urgente que recoge más tarde en cualquier punto y la primera en realizar sus entregas.

Adaptándonos a las necesidades y cultura de cada país hemos creado una amplia gama de Servicios que pueden consultar en los siguientes links.

SERVICIOS OFRECIDOS

España

Servicios nacionales

http://www.mrw.es/servicios_transporte_urgente/MRW_transporte_nacional.asp

Servicios internacionales

http://www.mrw.es/servicios_transporte_urgente/MRW_transporte_internacional.asp

Portugal

Servicios nacionales

http://www.mrw.pt/servicios_transporte_urgente/MRW_transporte_nacional.asp

Servicios internacionales

http://www.mrw.pt/servicios_transporte_urgente/MRW_transporte_internacional.asp

Venezuela

Servicios nacionales

<http://www.mrw.com.ve/nacional.html>

Servicios internacionales:

<http://www.mrw.com.ve/internac.html>

A estos Servicios hay que añadir una serie de prestaciones que ofrece MRW, pero debido a que existen diferencias entre los distintos países, recomendamos consultar directamente en cada ocasión.

4. Personas

SERVICIOS CENTRALES ESPAÑA

- Edad media de la plantilla
- Hombres **36** años - Mujeres **36** años

Número de empleados

- Total empleados **687** - Contrataciones nuevas **49** - Bajas **84**

SERVICIOS CENTRALES PORTUGAL

- Edad media de la plantilla
- Hombres **34** años - Mujeres **32** años

Número de empleados

- Total empleados **49** - Contrataciones nuevas **12** - Bajas **2**

SERVICIOS CENTRALES VENEZUELA

- Edad media de la plantilla: Hombres **28** años - Mujeres **31** años

Número de empleados

- Total empleados **238** - Contrataciones nuevas **153** - Bajas **162**

Para la gestión de recursos humanos se han desarrollado varios sistemas de gestión enfocados a la motivación y cualificación de las personas y para fomentar su participación en el futuro de la organización estimulando el orgullo de pertenencia a la misma.

La información que aparece en PERSONAS se refiere a la plantilla de Instalaciones Centrales y Plataformas Operativas del Grupo MRW.

SELECCIÓN DE PERSONAL

Sigue un criterio de no discriminación a todos los niveles en sus procesos de selección de personal que se realiza bajo las siguientes premisas:

- Comunicación interna: cualquier vacante se hace extensible a toda la plantilla facilitando de este modo posibles promociones o cambios de Departamento.
- Selección externa: se solicitan CV a instituciones dedicadas a la inserción de personas con otras capacidades y a entidades con bolsa de trabajo de personas en riesgo de inclusión social.
- Se revisan CV recibidos en el área de Personas o referenciados por colaboradores en activo.
- Si no se ha encontrado a la persona con el perfil adecuado para la vacante, se publica la solicitud en portales de bolsas de trabajo y se informa a Empresas de Trabajo Temporal.

La acogida del nuevo colaborador es fundamental para la socialización y buena integración en la empresa y se compone de cinco fases:

1. Asignación de un tutor/a que le acompañará las primeras semanas para facilitar su integración.
2. Facilitación del Manual de acogida.
3. Tras el período de prueba su responsable directo se encargará de presentarlo/a al resto de responsables y Departamentos.
4. Llevará a cabo el "Vagabundeo" (apartado comunicación interna, capítulo Personas) y realizará la Visita Guiada con el Director de Relaciones Externas.
5. Se dará por finalizado su proceso de acogida con la presentación al Comité de Dirección.

ENCUESTA DE VALORACIÓN DEL CLIMA LABORAL

(Resultados sobre una puntuación de 5)

¿En qué grado te sientes identificado con las políticas de Responsabilidad? **3,90**

¿Cual es tu nivel de satisfacción en general con la empresa? **3,80**

Cual es tu valoración de las políticas de flexibilidad de la empresa? **3,95**

Me siento orgulloso de pertenecer a esta empresa: **3,98**

ENCUESTA DE SOLIDARIDAD

El **73%** de las personas encuestadas ha realizado aportaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro y el **50%** aportaciones económicas

El **20%** es socio de alguna entidad sin ánimo de lucro

El **7%** de las personas encuestadas dedica parte de su tiempo libre a acciones de voluntariado.

El **23%** es donante de órganos

El **21%** ha apadrinado un niño/a y el **3%** ha acogido a niños/as temporalmente

El **93%** se preocupa por saber qué puede hacer para proteger el medio ambiente

RECONOCIMIENTO Y PROMOCIONES

Además de una retribución competitiva considera que el reconocimiento interno y externo es importante para las personas que colaboran en el desarrollo social de la empresa.

En España la puesta en marcha de una idea o sugerencia propuesta por un empleado, si ésta supone un beneficio para toda la Red, conlleva un incentivo para la persona que la propuso de **330 €**. En 2010 los empleados hicieron **69 propuestas** de las que se han puesto en marcha el **23,18%**.

Además, se realizan periódicamente encuestas de valoración del clima laboral, mediante las cuales se detecta la visión del empleado respecto a diferentes aspectos de la organización, sus obligaciones y el entorno laboral y, bianualmente a través de una encuesta se pregunta a las personas vinculadas a MRW por su implicación en acciones solidarias.

Destacamos algunos de los resultados obtenidos



INVERSIÓN DEL GRUPO EN FORMACIÓN EN CENTRAL Y PLATAFORMAS

- Personas formadas **262**
- Horas lectivas **11.032**
- Inversión **202.161 €**

INVERSIÓN EN FORMACIÓN EN FRANQUICIAS

- Personas formadas **613**
- Franquicias implicadas **139**
- Horas lectivas **22.856**
- Inversión **408.559 €**

FORMACIÓN

Está dirigida tanto al desarrollo integral de los trabajadores como a las necesidades específicas de cada puesto de trabajo, dando más importancia a las habilidades interpersonales que a las técnicas.

Formación del personal de Servicios Centrales y Plataformas

Ofrece tres fórmulas diferentes de formación para el crecimiento profesional de sus trabajadores:

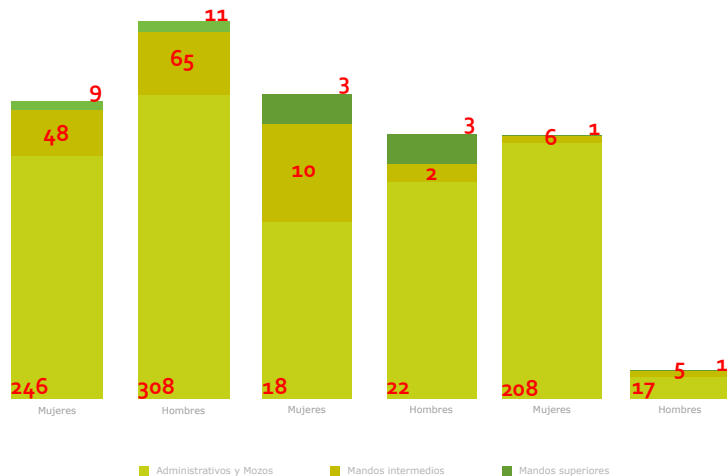
- Cursos In Company, de habilidades directivas y gestión del tiempo para responsables y directivos y de idiomas para todos los trabajadores. También se incluye en este apartado los cursos que por espacio no se pueden realizar en las instalaciones y se llevan a cabo externamente en horario laboral. En total se han realizado **69 cursos**.
- Subvención del **80%**, cuando el trabajador propone a la empresa realizar un curso de formación. Durante el año 2010 se ha subvencionado **24** cursos.
- Subvención del **100%**, cuando la formación viene sugerida por parte de la empresa. En 2010 se han subvencionado al 100% **115** cursos.

Formación a Franquicias

Desde el Departamento de Formación se ofrece a las Franquicias la formación más actualizada en gestión operativa, administrativa y en técnicas comerciales. Todas las Franquicias de nueva apertura o las que de forma continuada se clasifican con debajo de los límites de producción o calidad de Servicio establecidos, reciben formación obligatoria.

De forma voluntaria, las Franquicias pueden solicitar una formación para la mejora de sus índices de calidad y venta, o bien como medida preventiva.

RELACIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES POR CATEGORÍA PROFESIONAL



COMUNICACIÓN INTERNA

Fomenta la comunicación interdepartamental, la involucración del personal en las actividades internas de la compañía buscando siempre la integración de todos los niveles de comunicación con los diferentes interlocutores. La compañía dispone de distintos medios de comunicación interna.

Los Directivos de todas las áreas, se reúnen junto con el Presidente y el Comité de Dirección en **Desayunos diarios de trabajo**.

Se emiten diariamente **comunicados internos** que llegan a todas las personas MRW a través de los **Portales Corporativos o Intranet**, que permite la comunicación entre toda la plantilla, tanto de las Instalaciones Centrales, como de las Franquicias, Plataformas Operativas y Divisiones.

Visitas guiadas a las Instalaciones Centrales incluyendo la Plataforma Operativa.

En España:

El **"Vagabundeo"** permite a cada empleado de las Instalaciones Centrales dedicar todo un día a visitar todos los Departamentos de la compañía para conocer las tareas operativas de cada uno y realizar propuestas de mejora en los procesos.

MRW Magazine, publicación corporativa creada en 1993 con una tirada de más de 76.000 ejemplares trimestrales que se distribuye a todo el personal, Franquicias y Clientes.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Tiene como principio la igualdad de condiciones y oportunidades de trabajo para todas las personas, promueve la contratación de personas con otras capacidades o dificultades de acceso al mercado laboral. Además, en España está vinculada al Programa Óptima desde 1997, amparado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que certifica la igualdad laboral y salarial entre hombres y mujeres.

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

	Femarec	Icaria Iniciativas Sociales
2000	3.485 €	-
2001	4.191 €	-
2002	4.862 €	7.588 €
2003	4.862 €	-
2004	5.995 €	6.727 €
2005	7.221 €	18.733 €
2006	7.532 €	24.542 €
2007	7.097 €	28.112 €
2008	8.694 €	27.075 €
2009	10.378 €	3.939 €
2010	7.384 €	14.282 €

FORMACIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAS CON OTRAS CAPACIDADES

En 1997 MRW firmó en España el primer acuerdo de colaboración con Fundosa Social Consulting (Sociedad de la Fundación ONCE), en el que se comprometía a contratar en tres años a cien personas con alguna discapacidad. Este acuerdo engloba a las Instalaciones Centrales, Plataformas Operativas, Divisiones y Franquicias. Desde la firma del primer acuerdo y tras sucesivas renovaciones del mismo son ya **280 personas**.

A **31 de diciembre** de 2010 había **31 personas** con discapacidad en plantilla de las Instalaciones Centrales y **11** en las Plataformas operativas.

Cabe destacar que desde el Área de Personas se informa periódicamente a las Franquicias sobre las posibilidades de este tipo de contrataciones para que las incluyan en sus políticas de gestión.

COMPRAS EN CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

Acorde a su política medioambiental, desde el año 2000 decidió contratar en España una empresa externa para realizar las funciones de reciclaje de papel, cartón y consumibles informáticos. A la hora de escoger entre los diferentes proveedores, se decidió, por su profesionalidad y componente social contratar al centro especial de empleo Femarec que da empleo a **196 personas** de las **155** tienen discapacidad psíquica. Además contrata servicios de papelería a Icaria Iniciativas Sociales para la adquisición de material de oficina serigrafiado, que emplea aproximadamente a **125 personas**, **50** de ellas con discapacidades físicas/psíquicas.



APOYO TÉCNICO A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

La colaboración con estos centros está enmarcada dentro del Plan Ayuda. De las **7.862 entidades sin ánimo de lucro** que obtienen descuentos en sus Servicios de transporte urgente a nivel de grupo, el **32,11 %** trabajan en el campo de la discapacidad.

INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON OTRAS DIFICULTADES DE ACCESO AL MERCADO LABORAL

Las personas mayores de 40 años y de otros países también se consideran personas con dificultades de acceso al mercado laboral.

El **23,41%** son personas mayores de **40 años** en las Instalaciones Centrales y Plataformas Operativas de las que **107** son hombres y **121** mujeres.

Las personas procedentes de otros países representan el **6,87% de la plantilla** de las Instalaciones Centrales y Plataformas Operativas.

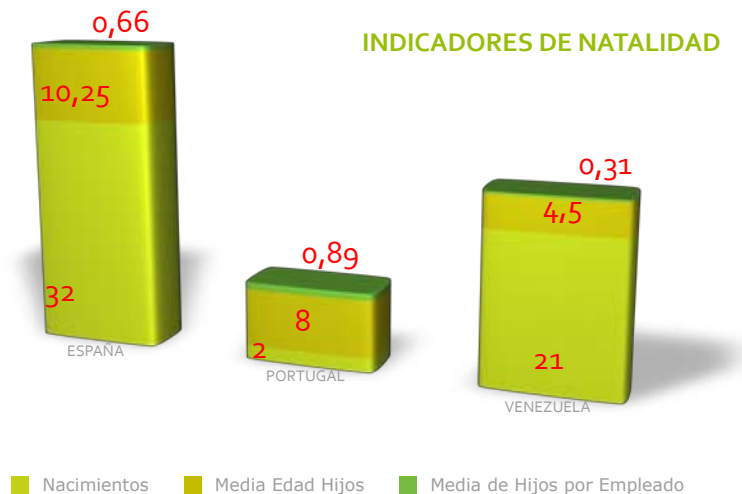
BENEFICIOS SOCIALES

Ha adoptado medidas, al margen de las políticas laborales y lo estipulado por ley, para intentar mejorar la calidad de vida de sus empleados como la mejora continua y mantenimiento de sus instalaciones, optimizar de forma progresiva los horarios de los Departamentos que realizan jornada partida para que puedan realizar horarios continuados, los puestos de trabajo ergonómicos, espacios diáfanos con luz natural, actualización de equipos informáticos...

Beneficios sociales comunes en España, Portugal y Venezuela:

- Desde el año 2004 se entregan mensualmente tickets guardería y aportaciones económicas, para ayudar a sufragar los servicios de guardería de los hijos de los empleados. Desde entonces, se ha subvencionado la guardería de 178 niños y, además en 2010, se realizó una ayuda económica de **2.822,30 €** en Venezuela.
- Gimnasio
- Sala Ocio-Internet gratuita
- Comedor con máquinas dispensadoras
- Parking privado y vigilado para los empleados

INDICADORES DE NATALIDAD



Beneficios sociales comunes en España y Portugal:

- Flexibilidad horaria (entrada y salida).
- Plan PIA (más información ver capítulo de Acción Social)
- Jornada laboral continuada para el **86%** (España) y el **18,36%** (Portugal) de la plantilla.
- Un envío gratuito al mes para todos los empleados.

Beneficios sociales que se llevan a cabo en España:

- Ampliación del permiso matrimonial
- Sala descanso
- Solárium
- Biblioteca con libros de préstamo gratuito y sala de lectura para los empleados
- Sillones de masaje
- Jornada reducida para el empleado en el día de su cumpleaños
- Una semana de vacaciones al cumplir un decenio de antigüedad en la compañía
- Facilidades para elegir el horario en caso que se necesite reducir la jornada laboral
- Teletrabajo
- Retribución Flexible
- Canastilla para dar la bienvenida a los recién nacidos
- Dobra la media hora de lactancia estipulada por ley



SISTEMAS DE SALUD Y SEGURIDAD

Según cada categoría profesional y/o trabajo realizado existe una normativa de prevención de riesgos laborales.

Se imparten formaciones en prevención de riesgos laborales para los trabajadores cada año, adaptando la formación al trabajo desempeñado.

Los Servicios de Prevención Ajenos de Riesgos Laborales, Actividad Preventiva y Vigilancia para la Salud se imparten por proveedores externos en las Instalaciones Centrales para todos los empleados.



5. Acción Social



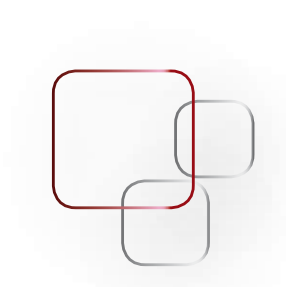
Debemos destacar que de la totalidad de los Servicios gratuitos o con importantes descuentos que ofrece la Marca a distintos sectores de la sociedad (detallados a continuación), no todos se llevan cabo en los distintos países en los que MRW tiene presencia porque se intentan adaptar a la realidad, cultura e idiosincrasia de cada uno de ellos.

Ofrece once Planes Sociales, siete de ellos gratuitos y cuatro con importantes descuentos, para ayudar o colaborar en proyectos de organizaciones sociales o grupos de interés social, realizados con la misma atención y estándares de calidad que el resto de Servicios a Clientes de pago.

PLAN AYUDA

Inversión: 4.736.441 €

Para que las entidades sin ánimo de lucro puedan hacer sus envíos con importantes descuentos.





PLAN AYUDA CULTURA

Inversión: 2.005.315 €

Para que las librerías y editoriales puedan realizar sus envíos con importantes descuentos, colaborando con la difusión cultural.

PLAN NUEVA EMPRESA

Inversión: 180.734 €

Para que las empresas de nueva creación puedan cubrir sus necesidades de envío beneficiándose de importantes descuentos durante sus tres primeros años, apoyándoles así en el inicio de su actividad.

PLAN ForUn

Inversión: 111.851 €

Para que los estudiantes y profesores españoles en el extranjero puedan recibir de sus familiares directos envíos con un descuento del 50%.

PLAN SUB-25

Inversión: 1.236.433 €

Para que los estudiantes menores de 25 años (incluidos) que estudian desplazados de su lugar de residencia, puedan emitir o recibir de sus familiares directos un envío gratuito al mes.

PLAN 2000

Inversión: 218.325 €

Para que las personas con alguna discapacidad puedan emitir o recibir un envío gratuito al mes.

PLAN GRAN FAMILIA

Inversión: 465.777 €

Para que las familias numerosas puedan realizar un envío al mes.



PLAN MAYOR

Inversión: 4.756 €

Para que las personas mayores que residen en centros geriátricos o residencias puedan recibir envíos gratuitos de sus familiares y amigos.

PLAN AMIGO

Inversión: 25.984 €

Traslado gratuito, en rutas acondicionadas, de perros guía, de asistencia, de rescate, detectores de estupefacientes, explosivos... y animales en vías de adopción.

PLAN PIA

Inversión: 4.016 €

Las personas vinculadas a MRW que adopten un niño/a, recibirán una aportación económica de 3.000 € o de 6.000 €, en caso de que el niño/a adoptado/a tenga alguna discapacidad, en 15 mensualidades.





PLAN CAMPAÑAS SOLIDARIAS

Inversión: 338.589 €

Pone a disposición de las entidades organizadoras de campañas humanitarias su infraestructura. Este Plan se creó para institucionalizar una ayuda que MRW prestaba en España desde 1995 poniendo a disposición de las entidades su Red de Franquicias como puntos de recepción de las donaciones a nivel nacional, y transportando gratuitamente todo el material hasta un único punto de clasificación indicado por la entidad promotora de la Campaña.

Desde entonces, el Grupo MRW ha colaborado en **176 Campañas** de diferentes características con **79 entidades** distintas. Durante el año 2010 colaboró en:

- Campaña +Cultura
- Campaña de Recogida de Material Ortopédico por y para la Solidaridad
- Campaña Audífonos Solidarios
- Campaña de Recogida de Libros de la Fundación La Caixa
- Campaña Buscamos Reyes Majos
- Campaña Mantas Solidarias
- Campaña Los Mayores También Creen en los Reyes Magos
- Campaña de Recogida de Cartuchos
- Hasta el Último Cartucho
- Así se Cuenta la Cultura Popular en Venezuela
- Gran Fraternidad Universal
- MRW Presente en Venezuela
- Historia de Hombres y Mujeres También

En septiembre de 2010, después de colaborar en más de **100 Campañas solidarias** organizadas por terceros, en España MRW creó la **Campaña 1€ Solidario**, su primera campaña propia e indefinida.

Gracias a esta iniciativa MRW ha conseguido algo innovador que es hacer partícipes a sus Clientes de la acción social que lleva a cabo la Marca. El funcionamiento de la Campaña consiste en recibir una aportación de 1€ por parte de los Clientes beneficiarios de los planes gratuitos que MRW ofrece a la sociedad. Ese importe se destina íntegra-



mente a una entidad que trabaja en la lucha contra la desnutrición infantil escogida por votación a través de los Portales Corporativos por parte de todas las personas MRW.

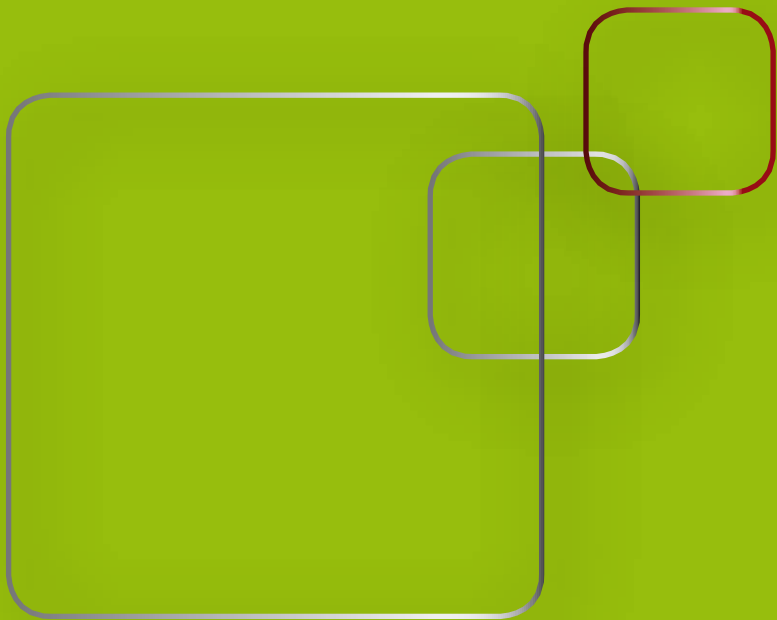
Tras cinco meses de su puesta en marcha MRW hizo entrega, en nombre de sus Clientes, de una **aportación de 100.000 €** a Acción Contra el Hambre para financiar un proyecto destinado a combatir la desnutrición infantil en Guinea Conakry. Actualmente acaba de hacer entrega de **79.200 €** correspondientes a la 2ª edición de la Campaña **1€ Solidario** a la Asociación Mensajeros de la Paz para financiar un proyecto de atención nutricional infantil en Haití y, ya esta en marcha la tercera edición cuyo destino es un proyecto en el estado indio de Andra Padresh de la Fundación Vicente Ferrer.

PREMIOS Y MENCIONES RECIBIDAS EN 2010 POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Recibió **12 nuevos galardones** de los cuales los siguientes fueron en reconocimiento a la labor social o de integración laboral de personas con otras capacidades:

España

- Premios Catalunya Social: Premio de la Generalitat a MRW por su contribución a innovar en el campo de la Acción Social, en la categoría de Acción Social Empresarial
- Premio Fundación Seres-Madrid por la integración de colectivos desfavorecidos
- Premio Fundación Step by Step por la apuesta de MRW por su RSC
- Premio Igualdad FIC 2010 a MRW por su labor solidaria como empresa



Venezuela

- Reconocimiento a MRW por la colaboración en la conservación de espacios naturales del Parque Nacional Morrocoy. INPARQUES-Instituto Nacional de Parques
- Reconocimiento al Sr. Enrique Montañez por la colaboración en la conservación de espacios naturales del Parque Nacional Morrocoy. INPARQUES-Instituto Nacional de Parques
- Reconocimiento por su colaboración en el Día Mundial de las Playas
- Reconocimiento por su solidaridad, apoyo y compromiso durante la celebración del Día del Niño
- Reconocimiento por ser un aliado incondicional de la Fundación Operación Sonrisa Venezuela
- Reconocimiento por el apoyo prestado a la escuela de formación deportiva de Taekwondo WIF
- Reconocimiento al Sr. Arquímedes Beliz, por su apoyo en nombre de MRW a proyectos de Autogestión, con un alto compromiso institucional y de Responsabilidad Social de la empresa a la que representa contribuyendo a que los niños y ancianos reciban la debida asistencia integral que merecen

VOLUNTARIADO

En España, ponemos a disposición de las entidades que precisan voluntarios nuestros Portales Corporativos, a los que tienen acceso todos los integrantes de MRW y nuestra página web, en ambos soportes publicamos la información del voluntariado que solicitan.

6. Medio Ambiente



La prevención es el signo bajo el cual continúa desarrollando su política medioambiental.

Como no se trata de una empresa productora o transformadora de productos, su impacto medioambiental se deriva principalmente de su actividad de transporte y la emisión de Co₂ a la atmósfera.

Por ese motivo toda su política está centrada en la constante evaluación y medición de los procesos desarrollados en los Servicios que se prestan con el objeto de prevenir, reducir o eliminar aquellos supuestos que perjudiquen al entorno o a las personas.

Gracias a la expansión de la Marca, situándose como la empresa más cercana a sus Clientes, por su amplia Red de Franquicias, facilita que en un porcentaje muy alto, la recogida en la primera milla o la entrega en la última, se realice a través de mensajeros a pie, o directamente en las franquicias.

En 1998 en España, la Marca consigue ser la primera empresa del sector en certificarse bajo la norma **ISO 14001** aplicando la norma y operativa en las Instalaciones Centrales, Plataformas Operativas y comprometiéndose a realizar una labor de divulgación medioambiental a sus Franquicias.

Existe una constante revisión de la flota que se realiza en las Plataformas Operativas para mantener un parque automovilístico actualizado previniendo así, una excesiva contaminación más allá de los rangos que los fabricantes de los vehículos tienen parametrizados.



Debido a su implicación en esta materia, en 2010 se inició un proyecto impulsado por el Plan Estratégico de Responsabilidad Social, para adaptar progresivamente sus vehículos de ruta al carburante alternativo GLP que permite una combustión más ecológica reduciendo así en gran medida las emisiones de Co₂, de Óxido de Nitrógeno (NO_x) y otras partículas contaminantes que tienen efectos en fenómenos como la lluvia ácida y generan problemas respiratorios.

Para facilitar el repostaje de los vehículos se firmó un acuerdo con RESPSOL para instalar surtidores de GLP en las Plataformas Operativas de Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla y Zaragoza.

Pensando en las futuras generaciones, otro de los proyectos llevados a cabo en 2010 fue la incorporación de los sobres biodegradables y compostables, realizados con componentes vegetales y fabricados bajo la normativa europea **EN 13432**, la única que garantiza que se trata de un producto biodegradable y compostable, convirtiéndose en la primera empresa del sector en apostar por este tipo de sobres asumiendo integralmente su coste sin repercutir el mismo al cliente. Paralelamente al lanzamiento del Biosobre las franquicias y mensajeros se encargan de facilitar la labor al Cliente retirando los antiguos sobres de polietileno para garantizar su reciclaje.

Siguiendo la línea de Responsabilidad Social de la compañía a nivel de Grupo, MRW participa en diversas acciones de carácter ecológico y medioambiental, desde una Campaña de recogida de cartuchos de impresora y tóner a la participación como miembros en diferentes foros que trabajan la responsabilidad medioambiental, como por ejemplo el Club de Excelencia en Sostenibilidad.



A continuación se destacan algunos hitos fruto de la política medioambiental:

- En 2010 se han reciclado **17.357 kg.** de papel.
- Se imparten acciones de formación medioambiental para difundir buenas prácticas para el correcto uso energético.
- Recomendación de ahorro de agua e instalación de sensores de luz para reducir el consumo energético de las Instalaciones Centrales.
- Eliminación de equipos multifunción para centralizar la gestión documental en equipos de uso compartido, fotocopiadoras digitalizadoras de documentos, de menor consumo eléctrico y de consumibles.
- Implementación de Terminales Móviles para las recogidas y entregas de los envíos reduciendo en un **50,37%** el uso del soporte en papel que se utilizaba para esta finalidad.
- Mantener reuniones a través de videoconferencia ha dado como resultado una no emisión de **125,76 toneladas de Co2** a la atmósfera.



7. Encuesta



Con el fin de conocer su opinión sobre nuestra Memoria Social, agradecemos nos cumplimente la siguiente encuesta:

1. Usted ha leído...

Todo el documento

Solo una parte

2. ¿Qué capítulo le ha resultado más y menos interesante? Puede marcar más de una opción

	Más interesante	Menos interesante
<input type="checkbox"/> Carta de la directora de Responsabilidad Social		
<input type="checkbox"/> Dimensión		
<input type="checkbox"/> Organización		
<input type="checkbox"/> Estrategia		
<input type="checkbox"/> Personas		
<input type="checkbox"/> Acción Social		
<input type="checkbox"/> Medio Ambiente		

6. Género

Hombre

Mujer

7. Edad

De 18 a 34 años

De 35 a 54 años

Más de 55 años

8. ¿Qué cargo tiene?

Directivo

Técnico

Sin empleo

Empleado / Administrativo

Estudiante

Otros

[Restablecer formulario](#) [Enviar encuesta Memoria 2010](#)