



Nota de  
premsa  
18 de gener de 2012

## **MRW IMPULSA LA COL·LABORACIÓ ENTRE EMPRESES PER POTENCIAR LA RESPONSABILITAT SOCIAL EN TEMPS DE CRISI**

***En una iniciativa pionera al nostre país, MRW va reunir el passat mes de desembre 12 dels seus grans clients per abordar amb els seus directius el futur de la Responsabilitat Social Corporativa en temps de crisi***

*Les jornades es van convertir en espais de diàleg i reflexió davant la conjuntura econòmica actual, es va debatre i es van plantejar possibles aliances que permetin actuar conjuntament en matèria de Responsabilitat Social.*

*Les primeres trobades del Grup RS Clients d'MRW van reunir directius de Sanitas, Vodafone, 3M, ING Direct, Mapfre, Western Union, Unilever España, Novartis, Arbora&Ausonia, La Caixa, Bayer, Sanofi i MRW.*

**18 de gener de 2012-** MRW va tancar el 2011 amb la celebració de les primeres trobades del seu Grup de Responsabilitat Social Clients acabat de crear, una iniciativa pionera que va reunir directius de la mateixa companyia i dels seus principals clients, per debatre sobre la Responsabilitat Social Corporativa i el seu paper en la conjuntura econòmica actual. A les jornades hi van assistir els principals responsables en aquesta matèria de les empreses Sanitas, Vodafone, 3M, ING Direct, Mapfre y Western Union, a Madrid; i d'Unilever España, Novartis, Arbora&Ausonia, La Caixa, Bayer i Sanofi, a Barcelona.

Davant el debat sorgit en els últims mesos sobre les dificultats econòmiques per continuar implementant les polítiques de Responsabilitat Social en el sector empresarial, les empreses assistents van coincidir en assenyalar que, contràriament, és en aquest moment quan el sector privat té més reptes i responsabilitats. Per exemple, es va expressar que cal seguir insistint en la incorporació de la Responsabilitat Social a la cadena de subministrament, tot i que el grau d'exigència variï segons les empreses. Algunes d'aquestes empreses van compartir els mecanismes que utilitzen per a la selecció de proveïdors, com ara l'aplicació rigorosa dels seus codis ètics, la realització d'enquestes en funció de la mida del proveïdor sota els principis del Pacte Mundial i, fins i tot, tenir com a requisit la seva adhesió al Pacte Mundial.

A nivell intern, les empreses han de procurar mantenir la plantilla i contribuir amb la generació de llocs de treball segons les seves possibilitats. Addicionalment, s'ha vist que la crisi ha servit

per augmentar la consciència social dels empleats i altres grups d'interès, raó per la qual es va identificar la importància de recolzar, des de la Direcció General, les iniciatives solidàries que ells proposin (com ja ho fan algunes empreses en concedir cada any una jornada laboral per fer voluntariat). Com a part de les conclusions, es va expressar que els empleats i la societat en general sol·liciten a les empreses ser més solidàries en temps de crisi, i es va plantejar el repte de dirigir els seus esforços de Responsabilitat Social directament al desenvolupament del país, que en aquest moment ho necessita.

A partir de les diverses experiències compartides, la trobada també va permetre plantejar la possibilitat d'establir relacions de confiança entre les empreses (que vagin més enllà d'allò comercial) per unir esforços i portar a terme projectes conjunts que permetin maximizar les inversions i millorar l'impacte social i mediambiental.

De la mateixa manera, dins del marc de la seva estratègia de Responsabilitat Social, MRW ha apostat per la creació de nous canals de comunicació amb altres grups d'interès estratègics per a la Companyia, com els empleats i les Franquícies (també amb la creació de grups de RS), per conèixer les seves inquietuds, expectatives i suggeriments davant el tema; reforçar la participació; i generar idees innovadores encaminades al benefici social.

**Pel que fa a MRW Grupo:** MRW és la marca de Transport urgent de petita paqueteria en enviaments nacionals i internacionals amb més implantació. El grup MRW compta amb més de 1.300 franquícies i opera a Espanya, Portugal, Andorra, Gibraltar i Veneçuela. Realitza una mitjana de **40** milions d'enviaments anuals i el 2010 la seva facturació va ser de **563** milions d'euros. Més de **10.000** persones estan vinculades a la marca. Alguns dels valors diferencials de MRW són: Compromís, Eficiència, Transparència, Innovació i el perfeccionament, dia a dia, de la qualitat del servei.

**PER AMPLIAR INFORMACIÓ: Laura Cortada/Dir. del Gabinet de Premsa MRW.** Tel. 932 609 800- [l.cortada@mrw.es](mailto:l.cortada@mrw.es)