



MRW renueva su logotipo y cambia su identidad corporativa

- Este *rebranding* forma parte del plan de inversiones destinado a la innovación y la mejora tecnológica que la compañía comenzó en abril de 2016
- Guiños a la Era Digital están presentes tanto en el logo, con un *doble check*, como en el nuevo *claim*, 'Entregados'
- "Hemos buscado actualizar nuestra identidad, para seguir siendo quienes somos, sin perder nuestra esencia", aseguran desde la compañía

Barcelona, 30 de enero de 2018.- **MRW**, la empresa de transporte y paquetería urgente con más de 40 años e inmersa en un plan de renovación de infraestructuras logísticas, apuesta a una **nueva identidad corporativa** para consolidar su liderazgo en el sector y adaptarse a los nuevos tiempos.

La nueva imagen, que mantiene sus siglas en mayúsculas como logotipo y cambia su *claim* que a partir de ahora será 'Entregados', es un diseño más actual acorde a la Era Digital en la que vivimos y al ecommerce, el *core business* de la compañía. Este *rebranding* es parte de una sumatoria de acciones que viene haciendo la empresa para seguir siendo líderes en un mercado donde la marca busca expresarse de forma clara y potente, con un símbolo reconocible y unos colores más contrastados.



Nuevo logo

Teniendo en cuenta el nuevo posicionamiento de MRW centrado en la eficiencia y entrega en el servicio, se ha redibujado la **W** del logo que ahora se convierte en un símbolo inspirado en el *doble check* propio de las redes sociales: doblemente entregados. Además, la nueva tipografía utilizada suma velocidad y agilidad, características propias del servicio MRW, así como mejora la legibilidad.



"Las marcas no son entes estáticos, son activos que evolucionan y se adaptan al entorno. Con una antigüedad de 10 años del actual logo, creemos firmemente que el cambio de identidad corporativa aportará muchas ventajas para poder hacer frente a las nuevas realidades. Una tercera parte de nuestras compras habituales provienen del comercio electrónico, donde el rol de las empresas de mensajería es fundamental. MRW es, sin duda, la marca mejor preparada para

este reto con una capilaridad única en España y Portugal”, asegura Javier Calero, Director General de [MRW](#).

“Con este cambio, la marca y comunicación responden a las necesidades actuales y futuras de los usuarios, del contexto digital y de los grandes *retailers* de la industria a la vanguardia de la innovación”, añade Javier Calero. “Vivimos en un contexto cambiante donde la eficacia es el motor por parte de nuestros clientes, así que para expresarlo nace el concepto *performance* que traslada esas ganas de mejora continua”, afirma Guillermo Marcos, Director de Marketing de MRW.

Nuevo claim

La evolución de la identidad corporativa se extiende también a un nuevo *claim* donde se pasa de ‘*Nos movemos por ti*’ a ‘**Entregados**’. “Para MRW cumplir con la entrega siempre ha sido nuestro *driver* y buscábamos un *claim* que creara algo que fuera relevante, distinto y que contara algo positivo. ‘Entregados’ para nosotros es un mensaje simple pero directo, que apela al *delivery*, cuenta quiénes somos y aumenta el conocimiento de la marca y de nuestro sector. ‘Entregados’ alude a la dedicación y al compromiso; un equipo humano 100% dedicado y el compromiso de más de 500 Franquicias cercanas e involucradas. Es una palabra que conecta al destinatario con el mensajero”, expone el Director de Marketing.

La nueva identidad corporativa ya es una realidad en la [página web de MRW](#) y las Redes Sociales. El portal se ha sumado a la nueva imagen con un cambio de logotipo, colores corporativos, tipografía, diseño, etc. El cambio se irá haciendo efectivo de forma progresiva, tanto en el *packaging*, como en las plataformas, franquicias y la uniformidad del personal vinculado a la red. En cuanto a la flota móvil, lucirán próximamente con colores y estética renovada, como claro símbolo de identificación y diferenciación.

Acerca de MRW.- <http://www.mrw.es>

El Grupo MRW nace en 1977. De capital 100% nacional y con una facturación anual de 1.000 millones de euros en todo su perímetro. Es la marca de transporte urgente para envíos nacionales e internacionales con mayor implantación, más de 10.000 personas están vinculadas a la marca en más de 550 franquicias y 49 plataformas logísticas en Andorra, España, Gibraltar y Portugal. El Grupo realiza una media de 62 millones de envíos anuales, aportando soluciones de negocio concretas para todo tipo de empresas y particulares. MRW ha sido pionera en la implantación del e-Commerce y se ha convertido en especialista del sector, así como de satisfacer la demanda de los clientes particulares creando el servicio [yatelollevo.com](#). Valores diferenciales de MRW son Compromiso, Eficiencia, Transparencia, Innovación y el perfeccionamiento, día a día, de la calidad del servicio.



Para más información:

Ana Romero

Tech Sales Comunicación - Gabinete de Prensa

665 02 92 56 – 93 303 22 70

ana@techsalesgroup.es