



MRW incrementa su plantilla y adecua su operativa para los grandes volúmenes de actividad de la Campaña de Navidad

- Durante la campaña navideña, la empresa de envíos urgente prevé un incremento de volúmenes del 30% respecto a un día normal
- El comercio electrónico y nuevas tendencias como el Black Friday o el Cyber Monday incrementan el volumen de envíos en estas fechas en las que se prevé un crecimiento de un 11% respecto al año pasado
- Plantilla, plataformas logísticas y mejoras operativas son la clave para mantener los índices de calidad durante este periodo

Barcelona, 20 de noviembre de 2018.- La **Campaña de Navidad 2018** comienza este viernes 23 de noviembre con el *Black Friday* y **MRW** está preparada para asumir un aumento de su actividad. La empresa de transporte y paquetería prevé un incremento de volúmenes de un 30% respecto a un día normal y de un 11% respecto al mismo periodo del año pasado, batiendo un nuevo record de entregas.



“El principal objetivo cada Campaña de Navidad es, a pesar del incremento de actividad, mantener los índices de calidad que ofrecemos durante todo el año. Para conseguir este reto, hemos realizado cambios y mejoras a nivel operativo para que sobre todo los Servicios Premium no se vean penalizados por el gran volumen de actividad que, si no se organiza de forma óptima, puede llegar a saturar nuestra Red. Estamos trabajando en la Campaña de Navidad desde junio con el objetivo de dar nuestro mejor servicio y con la mejor calidad, cada año comenzamos antes. Manejamos sistemas de información que nos ayudan a predecir los volúmenes a nivel código postal, cifras que nos ayudan a preparar una estrategia muy concreta en cada punto de reparto”, asegura Óscar Álvarez, Director de Operaciones de [MRW](https://www.mrw.es).

Esta campaña tiene tres líneas clave para su éxito: plantilla, plataformas y operativa. MRW ha reforzado su **plantilla** con más de 2.000 profesionales, contratando a mensajeros itinerantes que cubrirán el reparto en función de la demanda y ampliando los horarios de trabajo de la Red Troncal en más de 2.500 horas. Solo para la Campaña de Navidad, la empresa ha abierto una nueva **plataforma** logística adicional en La Carolina (Jaén) y se ha reforzado la actividad de las permanentes. Las **mejoras operativas** han activado 390 rutas de reparto adicionales y nuevas rutas transversales para descongestionar ciertas plataformas. Además, se han aumentado los cupos de reservas de espacio en tránsito aéreo con Baleares y Canarias. Para los Servicios Premium, es decir, entregas más urgentes y a primera hora, se han realizado separación de rutas Premium del resto de servicios.

“El Black Friday, el Cyber Monday y la Campaña de Navidad en general son momentos de mucha actividad para todos los operadores logísticos y en MRW hemos trabajado para que este aumento de volumen no afecte a nuestros índices de calidad habituales. El Black Friday supone muchas compras online en un solo día, lo que puede saturar más la red. La semana tras el Black Friday la inyección de bultos que recibimos es muy alta, podemos superar los 2 millones de paquetes, y estamos preparados para gestionarlos”, afirma Óscar Álvarez.

Durante este 2018, MRW ha abierto **cuatro nuevas plataformas logísticas** y ha trasladado otra a un espacio más grande y avanzado tecnológicamente. En total, durante la campaña, la empresa contará con **58 plataformas en España y Portugal**. Desde abril de 2016, el Grupo está inmerso en un plan de inversiones de más de 60 millones de euros destinados a la ampliación y renovación de su actual infraestructura logística y la mejora tecnológica del área operativa y de soporte que le llevará 4 años.

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 58 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. 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