

Ruta abierta

REVISTA CORPORATIVA

Número 31 Diciembre de 2010



Red TIPS@

La agilidad
de mañana hoy

10 aniversario

Tips@ España Celebra su Décimo Cumpleaños



Tips@ Una Realidad Logística en México
Entrevista: Alejandro González, Presidente TIPS@ México
"Tiempo de crisis: tiempo de oportunidades"

Reportaje Fotográfico Especial Convención 2010

Presentamos nuevo espacio: Gente TIPS@
Comercio Electrónico Los primeros 100 clientes

 **TIPS@**
TRANSPORTE INTEGRAL PAQUETERÍA
www.tip-sa.com

10 aniversario

"Una gran Compañía de Servicios, comprometida con sus clientes y con su entorno"

Sabemos que las celebraciones, las onomásticas, pueden ser un momento adecuado para la reflexión, para hacer balance de nuestra actividad, de nuestros progresos; de nuestros tropiezos, pero sobre todo para tomar impulso con renovadas energías, aprender de lo que hemos vivido, y así poder encarar los retos que el futuro siempre nos pone por delante.

Mucho ha pasado en estos diez años, pero lo mejor, está siempre por pasar; y como manifestó Marisa Camacho, -Presidenta de Tips@ España- en su intervención, durante todo este tiempo ha tenido el enorme orgullo de poder trabajar con muchas personas que creyeron desde el principio en el proyecto, pensando de una forma positiva y constructiva; lo que ha llevado a la Compañía a situarse donde precisamente quería y debía estar; pero sobre todo ser: Una gran Compañía de Servicios, comprometida con sus clientes y con su entorno.

Fueron muchas, en total 300 personas las que pudieron estar ese día en nuestra convención anual, y muchos otros que no pudieron estar; pero que igualmente de una manera u otra han mostrado su apoyo al proyecto Tips@.

De manera especial, queremos dar las gracias al Excmo. Sr. Embajador de México en España, D. Jorge Zermeño que con su presencia Institucional, quiso apoyar de manera muy significativa e importante para nosotros una realidad que se ha materializado en México.

En este número especial, entrevistamos al Presidente de Tips@ México, y recogemos las impresiones de personas que por su trabajo, talento y apoyo incondicional, pusieron los cimientos allá por el año 2000, y han contribuido a construir con solidez, esta Compañía.

Sin duda, los cumpleaños sirven para mirar el pasado y ver el camino que hemos recorrido, pero también para establecer un nuevo punto de partida, fijar la vista hacia el frente, sin perder nunca la perspectiva de quiénes somos y como hemos recorrido ese camino.

Lydia Blanco
Directora de Comunicación

Sumario

Ruta abierta • diciembre 2010

Entrevista

- 3 D. Alejandro González - Presidente Tips@ México
- 4 Tips@ 10 años -Marisa Camacho, Eloy Lázaro, Juanjo Casañ, Alex Villanueva y Antonio Fueyo

Las Agencias Opinan

- 5 Tips@ Azca

Noticias Tips@

- 6 Reportage Fotográfico Convención X Aniversario
- 10 Tips@ se consolida como operador logístico de e-commerce

Gente Tips@

- 11 Tips@ Lleida Sur, La pasión por los Rallies.

Tecnología Tips@

- 12 MacBook Air

Salud - Motor - Cultura

- 13,14,15

Editor

Tips@ Central
Departamento de Comunicación
comunicacion@tip-sa.com

Deposito Legal
M-40803-2005

Diseño y Maquetación

Imprimática

Imprime

Imprimática,s.l.
Albasanz. 14 bis nave 3k
t. 91 754 38 87
produccion@imprimatica.es

Tiempo de crisis: tiempo de oportunidades

Entrevista Presidente Tips@ México D. Alejandro González

Alejandro R. González Hinojosa, Ingeniero, que en la actualidad reside en la ciudad de Monterrey N.L en México, es el Presidente de Tips@ en ese país; nos ofrece sus impresiones sobre cómo ha sido el proceso de expansión de Tips@ al otro lado del Atlántico.

«En los últimos años hemos asistido a una creciente presencia internacional de empresas españolas, y como referencia Tips@ en México. Desde su experiencia, ¿cuáles han sido las claves para que este proyecto haya concluido de manera tan satisfactoria?»

La decisión de adoptar un modelo para México de una empresa española, radicó en tener un modelo de una empresa exitosa, y en franco crecimiento como lo es Tips@ España, lo cual se convierte en un modelo a seguir; adicionalmente a la visión de Tips@ España de querer internacionalizar su marca.

Antes de elegir el proyecto Tips@, ustedes valoraron otras propuestas ¿Cuáles han sido las ventajas que hicieron decidirse por Tips@?

Se analizaron diferentes propuestas de negocio, entre las que se incluían, modelos de uno o varios socios con franquicias, modelos de uno o varios socios en concesiones, y modelos de uno o varios socios con crecimientos en sucursales propias. Optamos por decidir por un modelo que tuviera la fuerza de pocos socios, pero los mejores regionales, con la versatilidad que te da el crecimiento por concesiones en diferentes partes del país: El modelo Tips@.

En una entrevista anterior, la Presidenta de Tips@ España Marisa Camacho, nos explicaba el valor de las personas para llevar a cabo un proyecto exitoso. A su juicio, ¿cuáles son los activos más valiosos dentro de la Compañía en México?

Definitivamente la participación de las personas en este negocio es clave, ya que nuestros clientes hacen mucho en confiarnos sus paquetes. Lo que realmente nos diferencia, es lo que el cliente percibe de nuestro servicio, es por eso que ponemos especial atención en trabajar con personas que sepan, puedan y sobre todo quieran, brindar ese excelente servicio.

¿Cuáles han sido las claves para que estas dos compañías hayan podido encajar de una manera tan positiva, y así crear un grupo empresarial de estas características en un tiempo record.?

El éxito de este proyecto radica en que desde un principio se mostró confianza y buena voluntad. Primeramente entre Tips@ España y lo que sería Tips@ México, así como en la confianza y buena voluntad presentada entre los socios de ambas redes.



¿Dónde se dirige el mercado del sector de transportes en México?, y ¿cuáles son los puntos clave que definen a este sector en su país?

El mercado de la paquetería y mensajería en México, prefiere contar con un solo proveedor de servicio en vez de tener a varios transportistas regionales, ya que son diferentes las áreas de negocio al que se presta servicio: refraccionarias, automotrices, médicos, calzado, etc.; y todos ellos prefieren tener a una red nacional que le brinde el servicio, al mejor precio, y con el compromiso de entrega segura.

Háblenos de los planes de futuro de Tips@ México, ¿Qué medidas se han adoptado para hacer frente a la crisis mundial?

“Tiempo de crisis: tiempo de oportunidades”

En esta época de crisis se ha trabajado fuertemente en desarrollar estrategias que incentiven las ventas, controlen los gastos, y aseguren un excelente servicio. El futuro de Tips@ México es consolidar la red, mediante el apoyo de la central Tips@ y llevando a cero las incidencias en el servicio. Además, pretendemos crecer para el 2011 más de un 30% de lo presentado en el año previo.

Por último, ¿díganos cuáles son los aspectos comerciales que nos acercan más a su país, y cuáles son los que nos diferencian?

Es increíble que teniendo más de 9 mil kilómetros de distancia entre un país y otro, vivamos un negocio con el mismo espíritu comercial, e incluso llegamos a compartir clientes entre ambos países; ya que estamos muy enfocados a cumplir los compromisos con el cliente, e ir siempre un paso adelante en el servicio. Lo único en lo que nos diferenciamos es en la extensión territorial de ambos países, pero que no llega a ser impedimento para desarrollar el modelo de Tips@ en México.

Entrevista Tips@ 10 años

Marisa Camacho, Eloy Lázaro, Juanjo Casañ, Alex Villanueva y Antonio Fueyo, forman parte de la esencia de Tips@, ya que desde el principio estuvieron en la génesis del proyecto, allá por el año 2000. En este número dedicado al Décimo Aniversario de la Compañía en España, nos dan su visión de cómo empezó todo, y cuáles son las claves de la consolidación de la Compañía en nuestro País.

Marisa Camacho. Presidenta Tips@ España

Siendo este un sector tradicionalmente dirigido por hombres, cuáles son los valores que puede aportar la visión de una mujer directiva a este sector? ¿crees que las mujeres se enfrentan de manera diferente a la hora de resolver situaciones complicadas, y en la toma de decisiones empresariales?

Los valores que puede aportar una mujer son los mismos. En este sector se necesita profesionalidad, constancia y perseverancia para hacer las cosas bien. Por supuesto da igual ser hombre o mujer. En mi caso por ser mujer, el respeto me lo he ganado, respetando igualmente a todo el sector.

Juanjo Casañ. ¿Cómo imaginabas el futuro al iniciar esta aventura empresarial a nivel nacional? ¿Pensabas allá por el año 2000, que el proyecto se materializaría en la manera que lo conocemos hoy?

¿Sí podía imaginar este desarrollo?

Quizás lo viera de forma distinta, pero trabajamos por la superación Día tras Día.

Las cosas llegan y según las circunstancias, si estás en el camino adecuado, las aprovechas y te acoplas a las situaciones, pero siempre mirando hacia delante.

Yo veo estos diez años como una etapa, un recorrido bien hecho y cimentado, para nuevas etapas que siguen llegando.

No veo éxito, ni fracaso, veo trabajo bien hecho, veo esfuerzo y veo satisfacción de esa labor.

Cuando empiezas algo, no te marcas un final, te marcas objetivos y te inyectas ambición, eso tenía en la cabeza y eso tengo.

Eloy Lázaro. Consejero Tips@ España

Hoy día nuestro logotipo es muy conocido, y tiene una identidad propia consolidada. Sabemos que tuviste mucho que ver en su creación. Cuéntanos cómo fue el trabajo de elaboración y desarrollo conceptual del mismo.

Una vez que se decidió que el nombre de la nueva Compañía iba a ser "Transporte Integral de Paquetería"-TIPSA-, le añadimos un toque de modernidad con la sustitución de la "A" final por la arroba; con la idea de anticiparnos en aquel momento al futuro comercio electrónico.

El siguiente paso, fue pensar en un logotipo para dotar de un contenido conceptual más amplio al acrónimo, pero sobretodo, personal al mismo. Por un lado unimos la letra "T" y la Letra "P" y así plasmábamos gráficamente la idea de "transporte". Pero además, como apunté anteriormente, queríamos reflejar el valor de quien lleva personalmente un paquete. Finalmente, unimos estos dos conceptos en una imagen que simboliza la esencia de nuestro trabajo diario.

Alex Villanueva. Consejero Tips@ España

En tu opinión, y después de casi 10 años en esta carrera de fondo en Tips@, ¿dónde dirías que se encuentran las claves de este éxito empresarial?

Creo que rodearse de un excelente equipo es primordial, y hacerles partícipes del proyecto. También, saber adaptarse a las diferentes coyunturas y vaivenes económicos; sin olvidar la profesionalidad ante todo, la seriedad en el trabajo diario y saber escuchar las necesidades de los clientes.

Antonio Fueyo. Director General Tips@ España

Has jugado un papel muy importante para que Tips@ ocupe el lugar destacado que hoy tiene en el sector. Durante estos diez años, ha habido seguro momentos muy complicados, pero centrémonos en los positivos, y hablemos por favor de tus recuerdos más gratos.

La verdad es que no son pocos. Recuerdo con mucho agrado las convenciones, por lo que representa de contacto humano con unas personas excelentes con las que colaboras día a día durante todo un año. A veces pidiendo favores, otras veces haciéndolos. Y siempre pensando en la satisfacción del cliente.

También destaco los hitos satisfactorios que han supuesto los diversos avances tecnológicos, manteniéndonos siempre a la vanguardia. Y por supuesto, la puesta en marcha de la cinta de clasificación de Central.

Pregunta para todos

Qué destacarías de la celebración del Aniversario de la Fundación de Tips@ en España. Cuáles fueron para ti los momentos más importantes o significativos de la convención anual?



Marisa Camacho



Juanjo Casañ



Eloy Lázaro



Alex Villanueva

Marisa Camacho

Lo que destacaría de la Convención es el espíritu de grupo y la sensación que he percibido, que a pesar de la situación económica actual, existe una gran motivación detrás de los empresarios de la red para "tirar del carro"

Eloy Lázaro

Para mí el momento más emotivo fue la proyección del vídeo que contaba la historia de estos diez años, no sólo por los logros conseguidos, sino también porque reflejaba el lado humano de la gente que trabajamos en Tips@. Por otro lado, fue una enorme satisfacción personal ver la gran cantidad de personas que se habían unido a nuestra celebración.

Juanjo Casañ

De la convención diría, que vi unión, ilusión, experiencia, y ganas de seguir teniendo muchas más.

Es una vez cada año, la gente se reencuentra y se crean lazos más fuertes, dándole una fuerza y un espíritu, que hacen de Tips@ lo que se trasmite al exterior.....una gran familia.

Alex Villanueva

La gran cantidad de personas que asistieron, fue muy emotivo,

Antonio Fueyo

Personalmente, ver reunidas por primera vez en nuestra historia 300 personas. También destacaría la presencia del Excmo. Sr. Embajador de México en España y la compañía de nuestros hermanos de Tips@ México. Y guardo un recuerdo muy emotivo del vídeo, por lo que se ve y por lo que representa.



Antonio Fueyo

Las Agencias Opinan

Tips@ Azca

En tiempos de crisis, cuesta más pero hay que avanzar

Luciano Franco Gerente de la Agencia Tips@ ubicada en el madrileño barrio de Azca en Madrid, nos cuenta su experiencia en el sector del transporte urgente, y también sobre su reciente incorporación a la Red Agencial.

Luciano, llevas más de 20 años en el sector del transporte, cuéntanos a día de hoy, ¿cómo han cambiado las cosas? y si ¿hay algunas que echas de menos de tus principios?

Empezamos a trabajar con una mesa, un listado de empresas y un teléfono fijo que sonaba un par de veces al día, pero con el esfuerzo de todo el equipo, esta situación ha cambiado radicalmente. Por parte del sector, desde luego que si, ha cambiado, y se han creado nuevas necesidades a las que hay que adaptarse. La tecnología ha evolucionado muchísimo lo que facilita enormemente el trabajo, pero a la vez hace que se nos exija mucho más y que la competencia sea más voraz.

Tú has sido una de las personas que ha trabajado en este proyecto desde los inicios aunque en una posición diferente como distribuidor, ¿Cómo ha sido la idea de convertirte en agencia Tips@?

Tips@ nos abrió las puertas a un mercado difícil de conquistar con los medios propios de una Pyme, pero a la vez necesario para la consecución de nuevos objetivos estratégicos. Al mismo tiempo que adquiríamos experiencia como distribuidores, empezábamos a ser conscientes de las mejoras, y los beneficios que supondría poder ofrecer a nuestros clientes, activos en aquél momento y potenciales, los servicios y las garantías de la marca Tips@.

La agencia de Azca, comienza su andadura en enero de 2010, en plena crisis económica. Hace falta mucho valor para embarcarse en un negocio en los tiempos que corren. ¿cuáles han sido los principales retos que has tenido que asumir?

Precisamente es esta coyuntura la que nos hizo decidirnos. En tiempos de crisis, cuesta más pero hay que avanzar, renovarse,

► Tips@ Azca. Calle de Lérida, 70 - 28020 Madrid



plantearse nuevas ideas y ofrecer más posibilidades al cliente. Quizá lo más complicado ya ha pasado. En unos meses hemos logrado integrar toda la operativa Tips@ y funcionar al 100%, adaptando los medios humanos y materiales.

El reto que nos queda por delante es seguir incrementando la presencia de nuestra marca en nuestro distrito, y superar la situación económica que nos afecta tanto a nosotros como al resto de sectores de actividad.

Háblanos de tu equipo, cuáles son sus mejores valores, y que cualidades crees que se necesita para permanecer tanto tiempo en este sector?

Todos son gente con experiencia en el sector que han sabido comprender la situación y adaptarse a ella. En los últimos 5 años el índice de rotación ha sido cero que es un factor que es de agradecer, y que debemos valorar por encima de todo el enorme esfuerzo que esto supone. Sin duda, las cualidades y los valores de nuestro personal, son los que han logrado que esta empresa se haya mantenido en tiempo y en forma.

Y para terminar, cuéntanos ¿cuál ha sido tu mejor logro durante este año 2010?

En un año tan difícil, comenzar un nuevo proyecto y estabilizarlo, además de mantener los proyectos que ya venían de atrás, y eso, es un orgullo para cualquier profesional.

Convención Anual 2010

La convención anual de Tips@ España que tuvo lugar en Madrid el pasado sábado 16 de Octubre en el Centro de Convenciones del Hotel Meliá Castilla de Madrid, congregó a más de 300 personas procedentes de todas las Delegaciones de nuestro país, junto con una amplia representación de los Directivos de Tips@ México.

En esta ocasión contamos con la presencia del Excelentísimo Sr. Embajador de México en España, D. Jorge Zermeño, que quiso con su presencia institucional, apoyar esta importante iniciativa comercial, que comenzó hace dos años en México,

La Presidenta de Tips@ España, Dña. M^a Luisa Camacho, habló de las importantes innovaciones tecnológicas introducidas en los últimos años, que unido a un eficiente modelo de gestión, han permitido a Tips@ seguir creciendo moderadamente a pesar de la difícil conyuntura económica española.

Por su parte el Presidente de Tips@ México, D. Alejandro González, explicó a los asistentes cómo se había gestado el proyecto en su país. Habló también de la consolidación de las ventas año tras año, y el éxito de la implantación de la marca en México.

Para finalizar, la Presidenta de Tips@ España, agradeció a todas las personas que forman la Compañía, su dedicación y aportación profesional y personal durante estos 10 años de desarrollo y consolidación de la Compañía en nuestro país.

aniversario









Tips@ se consolida como operador logístico de e-commerce, ofreciendo a las empresas un servicio ágil, rápido y competitivo

 **commerce**



Ya contamos con más de 100 clientes que han apostado por Tips@ como partner logístico para el e-commerce.

Desde la puesta en marcha en el mes de Junio de 2010 de su servicio de e-commerce Tips@ está consiguiendo posicionarse como un importante aliado de aquellos clientes que desean realizar sus ventas por Internet, por lo que ya hemos sobrepasado los 100.

Tips@ e-commerce" es una solución completa que permite, de forma sencilla, vender y promocionar los productos de una empresa on-line. Mediante una solución integral, modular y a medida, el cliente sólo tiene que promocionar sus productos. Se trata de un servicio diseñado especialmente para aquellas empresas que comercializan sus productos a través de Internet, con unas tarifas muy competitivas y plazos de entrega definidos.

Ofrecemos varias modalidades de contratación, dependiendo de las necesidades de cada cliente:

Logística para el envío de pedidos, con un servicio directo al domicilio, **Integración** del portal de ventas dentro del sistema de seguimiento de pedidos; o también **diseñamos y desarrollamos el portal de venta**, para ofrecer un servicio integral e integrado a nuestros clientes.

De esta manera, las empresas que desarrollan su negocio en Internet, también pueden ofrecer a sus clientes, además de la entrega domiciliaria, la importante red de agencias distribuidas por todo el territorio español para la recogida de sus envíos.

Tips@ pondrá en funcionamiento un sistema de evaluación de calidad de las agencias adheridas a la Red Nacional

El próximo mes de enero estará listo el sistema de Ranking de valoración de calidad, que premiará mensualmente a aquellas agencias que mejor cumplan una serie de criterios de calidad y objetivos. Cada mes se procederá a la evaluación de dichas agencias, que según la puntuación obtenida, podrán optar a tres premios en tres categorías, Oro, Plata y Bronce con sus correspondientes contraprestaciones económicas.

Tips@ Lleida Sur, La pasión por los Rallies

Hace un mes, propusimos una nueva sección en la revista en la que participasen todas aquellas personas que en Tips@ realizan actividades interesantes en su tiempo de ocio. Hemos querido empezar esta nueva sección con la agencia de Lleida Sur, a la que le hemos propuesto realizar esta entrevista, y concretamente a Toni Cánovas, que es el piloto que no sólo participa en numerosos rallies junto a su hermano Carles sino que también ha sido campeón de España de Autocross durante los años 2004 y 2005.

Toni Cánovas y Carles Canovas

Lugar de nacimiento: BARCELONA

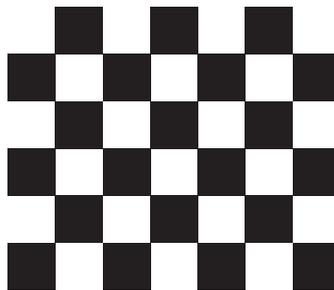
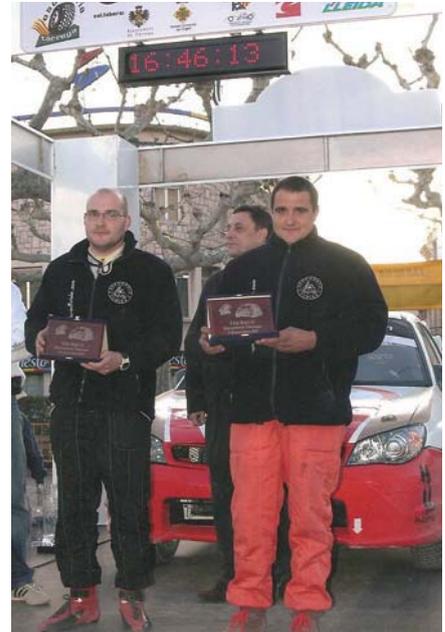
Aficiones: Todas las relacionadas con el MOTOR

Toni, ¿Como surgió lo de correr?, ¿lo llevas en la sangre?

Cuando mi hermano y yo éramos pequeños, mi padre corría con karts y le íbamos a ver a todas las carreras que podíamos. También nos llevaba a los rallies que se celebraban en Cataluña y de ahí nos viene esta afición. Creo que sí, lo llevamos en la sangre ya que es la afición a la que más tiempo dedicamos.

¿Cómo empezaste a correr en rallies y a qué edad?

Mi hermano Carles, empezó a hacer de copiloto con un amigo nuestro y se fue correr



rallies del Campeonato de España, concretamente la Copa Ibiza. El siempre me decía que era "una pasada esto de los rallies", y cuando tuve la oportunidad de empezar a correr, no la desaproveché. La verdad, me gustó mucho, y actualmente estamos corriendo juntos, ya que nos entendemos muy bien.

¿Tenías alguna otra experiencia previa con coches de carreras?

Sí, de hecho empezamos a correr Autocross, (Circuito de tierra) ya que en Lleida hay mucha afición a este deporte, y además muchos circuitos, fue así como nos iniciamos.

¿Cuál ha sido hasta la fecha tu mejor resultado?

Mi mejor resultado fue en el 2001 en rallies quedando 2 scratch (1) de la clasificación general, y en Autocross campeón de España en los años 2004 y 2005.

¿Háblanos un poco de tu coche?, ¿qué preparación lleva?

El coche de rallies es un Ibiza 18T con 200 CV de potencia con suspensiones modificadas para tierra, y cambio de 5 marchas a crabots, que quiere decir que se cambia de marcha sin utilizar embrague. El coche de autocross es un Opel Astra 2.0 de 175 CV de potencia con suspensiones de tierra, y un cambio de marchas con grupo corto autoblocante (2) y relación cerrada.

Y para finalizar ¿Cual es tu aspiración en este mundo de las carreras, y tus objetivos?

Hoy por hoy corremos para divertirnos, dar un buen espectáculo, y sobre todo hacer amigos allá donde vamos. Nuestros objetivos para el año que viene en rallies, es correr el campeonato de Cataluña y Aragón; y en Autocross el campeonato de España, ya que este año ha habido más de 100 inscritos por carrera, y esto me ha animado mucho. Espero ser campeón de España junto con vosotros.

(1) scratch: piloto más rápido en un tramo

(2) autoblocante: sistema de control de tracción



El nuevo MacBook Air.

En California, Steve Jobs, consejero delegado de Apple CEO ha presentado la nueva generación de MacBook Air. Son los portátiles, los más finos y ligeros de la marca, con una memoria flash para mejorar la velocidad y habrá dos modelos con distintos tamaños de pantalla: de 11,6 y 13,3 pulgadas. En definitiva, el MacBook se hace un poco más iPad.

El "MacBook Air" es el primero de una generación de portátiles que deja atrás el almacenamiento con rotación mecánica en favor del almacenamiento con memoria flash de estado sólido". Y en este aspecto, la tecnología desarrollada en el dispositivo de tableta iPad, ha tenido mucho que ver. Según Steve Jobs, "hemos partido de todo lo que hemos aprendido con el iPad -almacenamiento de estado sólido, activación instantánea, sorprendente autonomía de batería en reposo, fabricación miniaturizada y ligera- para crear el nuevo MacBook Air.

El nuevo MacBook Air mide únicamente 0,3 cm en su punto más delgado y 1,7 cm en el más grueso. El teclado tiene el tamaño estándar para teclear de manera confortable e incorpora el trackpad MultiTouch, para desplazarse con el ratón por la pantalla. Esta nueva serie de ordenadores incluye dos puertos USB y una entrada para tarjetas SD. También incorpora el sistema FaceTime, el micrófono y los altavoces estéreo para poder realizar videollamadas.

El modelo pequeño, cuya pantalla es de 11,6 pulgadas y pesa alrededor de un kilo, costará entre 999 y 1.199 dólares según se prefiera la versión de 64 GB o 128 GB de memoria. Su hermano mayor, de 13,3 pulgadas y 1,3 kilos de peso costará 1.299 dólares con 128 GB de memoria ó 1.599 dólares con una capacidad de 256 GB.

Nace Nexus One, el teléfono móvil de Google

La guerra ha empezado. Google ha presentado esta semana en Nueva York su nuevo y esperadísimo móvil: Nexus One, que será el mayor competidor del Iphone de Apple. De momento sólo está disponible en Estados Unidos tanto libre como asociado a T-Mobile. A Europa llegará seguramente con la posibilidad de adquirirlo libre o a través de contrato, con Vodafone como operador de referencia.

Iphone ya tiene un serio competidor en el mercado. Lo que hasta el momento eran meras especulaciones se hizo realidad en Nueva York el pasado 5 de enero, como si de un regalo de los Reyes Magos se tratase. Nexus One, es su nombre, está fabricado por la compañía de móviles HTC e incluye el software Android más avanzado del mercado.

De momento sólo se comercializa en Estados Unidos por dos vías: a través de la tienda on line que ha abierto Google para todos los usuarios, donde se puede adquirir libre (compatible para las tarjetas SIM de cualquier compañía) o por medio de alguno de los operadores asociados al gigante de Internet (T-Mobile, ya disponible, o Verizon Wireless en un futuro cercano). Eso sí, el precio varía ostensiblemente, 529 dólares (unos 370 euros) en el caso de adquirirlo libre, o 179 dólares (unos 125 euros) si se compra asociado a T-Mobile. De momento, Google sólo acepta pedidos de consumidores de Estados Unidos, Hong Kong, Reino Unido y Singapur.

Tal y como ha informado la compañía, en Europa se ofrecerá el móvil asociado a Vodafone. Desde Google han explicado que "seguramente seguirá teniendo el mismo modelo que en Estados Unidos y tendremos la opción de adquirirlo o libre o por contrato".



Twitter predice la economía mundial

Después de estudiar durante 10 meses los mensajes de Twitter, un equipo de científicos de la Universidad de Indiana (EE UU) ha llegado a la conclusión de que los mensajes del popular servicio de microblogging podrían usarse para predecir los movimientos del índice bursátil Dow Jones

Estos investigadores han analizado el contenido emocional de 9,7 millones de mensajes escritos por 2,7 millones de usuarios de Twitter, empleando el algoritmo de Google 'Profile of Mood States' (GPOMS), y tuvieron en cuenta seis parámetros: tranquilidad, estado de alerta, seguridad, vitalidad, amabilidad y felicidad.

En su investigación encontraron que los cambios de un parámetro concreto, la tranquilidad, estaban correlacionados con los movimientos de las cotizaciones bursátiles. Tanto que la exactitud de las predicciones de los valores de cierre del Dow Jones en base a este parámetro fue del 87,6 por ciento, con una antelación de 2 a 6 días.

El Vicepresidente de ingenieros de Google, Andy Rubin, ha explicado que Nexus One es un dispositivo inmerso dentro de los conocidos como "superteléfonos" cuya potencia es similar a la de los portátiles de hace tres o cuatro años.

No es de extrañar que pertenezca a esta familia de superteléfonos, pues el sistema operativo de Nexus

One permite tener acceso a más de 18.000 aplicaciones, entre ellas la navegación por Google Maps, Google Earth, acceso al correo electrónico, agenda con múltiples contactos, etc. Además de las nuevas funciones de software, se incluye una útil herramienta de reconocimiento de voz

para dar órdenes e introducir textos sin utilizar su teclado táctil. Desgraciadamente, de momento habrá que esperar todavía un tiempo para disfrutar de esta maravilla tecnológica en nuestro país.



La primera fábrica de órganos bioartificiales del mundo está en España



La demanda de órganos para trasplante está creciendo en el mundo de manera importante, pero a ello se une también la falta de donantes disponibles.

Ante esta falta de órganos disponibles, la medicina ha desarrollado la tecnología necesaria para fabricar los órganos necesarios, para la cantidad de personas necesitan un trasplante. Así, se inauguro en Madrid un centro pionero en el mundo: el primer laboratorio de fabricación de órganos humanos bioartificiales.

La pregunta, es ¿cómo consiguen fabricar tejidos y órganos humanos óptimos para trasplantes?. Se trata de un proceso muy complejo que utiliza los órganos que no sirven para su implantación por no estar en perfecto estado y vaciarlos. Se les somete a un proceso de "descelularización" mediante detergentes y productos de lavado, por lo que queda únicamente su estructura formada por colágeno y fibrina. Sobre esta malla de material más duro se implantan células madre del paciente receptor, con el fin de que esta estructura sirva como guía para la formación del órgano. Una vez inyectadas las células madre en este tejido, se produce el desarrollo de las mismas, según el propio tejido del órgano en cuestión (pulmonar, cardíaco, etc.).

Esto, es una ventaja para evitar el posible rechazo del paciente implantado, ya que son las propias células madre del paciente receptor las que desarrollan el órgano. De este modo, el cuerpo humano no lo detecta como un ente extraño de modo que no actúa para expulsarlo..

Como explicaron varios médicos del equipo durante la presentación, con el doctor Fernández-Avilés a la cabeza, "este año conseguiremos un parche de tejido cardíaco que lata" apuntando además que "en cinco o diez años" se podrán implantar partes de un corazón, aunque todavía colocar uno entero "es un horizonte más lejano".

El laboratorio, que está ubicado en el hospital Gregorio Marañón de Madrid, y ha sido presentado durante el mes de octubre, pertenece al proyecto SABIO (Matrices y Órganos Bioartificiales para Trasplantes, por sus siglas en inglés).

Audi RS3 Sportback: Uno de los más esperados

- *Es el Audi A3 más potente con un motor de 2,5 litros y 350 caballos*
- *Acelera de 0 a 100 en 4,6 segundos y logra 250 km/h de máxima*
- *En Alemania tendrá un precio de 49.900 euros*

Con el nuevo RS3, que Audi lanzará en los primeros meses de 2011, sustituirá su modelo de A3 por una tercera generación en el año 2012. Será su versión más deportiva y sólo se comercializará en su versión Sportback. En cuanto a mecánica, introduce el propulsor utilizado en el TT. Con un motor de cinco cilindros, con 2,5 litros de cilindrada, una potencia máxima de 340 caballos y un par máximo de 450 Nm, que transmite su fuerza a las cuatro ruedas por medio de una caja automática de doble embrague S tronic. Con este motor, el RS3 acelera de 0 a 100 kilómetros por hora en 4,6 segundos y logra una velocidad máxima -limitada electrónicamente- de 250 kilómetros por hora.

En cuanto a consumos, Audi ha ajustado el peso del vehículo, por ello se ha ajustado el consumo a 9,1 litros cada 100 kilómetros y unas emisiones de 212 gramos de CO2 por kilómetro recorrido.



EL JUEGO DEL GO: FILOSOFÍA SOBRE UN TABLERO

El go es un juego de inteligencia en el que no interviene el azar; sin duda, el más antiguo y fascinante de todos los juegos de mesa y de estrategia que hoy día se conocen y practican.

Llegado de Oriente, donde nació hace más de 4000 años, en su origen está directamente relacionado con la educación, pues cuenta una leyenda china que fue inventado por el mítico emperador Yao para instruir a su hijo.

Sirve para desarrollar la imaginación, la creatividad, la capacidad de concentración, la capacidad de discernimiento, el sentido de la armonía, de la proporción y de la estética; por eso, en la antigua China fue una de las llamadas cuatro artes, junto a la pintura, la caligrafía y la música.

Quizá resulte difícil entender lo que es el go porque, realmente, no se parece a ningún otro juego. El go es un juego natural, abstracto, sutil, lleno de lógica y sentido común. Es también una vía para percibir lo efímero de la existencia y tomar conciencia de una realidad diferente, más allá del tiempo y el espacio. Por eso, no es casual que esos seres tan especiales del taoísmo llamados Inmortales, aparezcan en muchas representaciones jugando al go. Y es que la idea de inmortalidad está presente sobre el tablero: cuando un grupo de piedras está vivo, significa que es indestructible, invulnerable, es decir, inmortal.



Para jugar al go sólo se necesitan un tablero y piedras. El tablero debe tener una cuadrícula o rejilla de 19x19 líneas, y las piedras o fichas deben ser redondas, 180 blancas y 181 negras. A pesar de su simplicidad, estos elementos constituyen un profundo lenguaje simbólico. El cuadrado representa la materia, el mundo material, la Tierra. Y el círculo representa lo espiritual, el Cielo. El círculo sobre la intersección representa la rueda con su centro que, a su vez, es el centro de la cruz: el quinto elemento, la conciencia. El negro y el blanco representan la dualidad, como en el símbolo del yin y el yang, la pareja a partir de la cual todo nace.

La imagen de un tablero lleno de piedras sugiere también las formas de la Naturaleza, la llamada geometría fractal, en la que dentro de un aparente caos se esconden reglas matemáticas muy precisas.

El go desarrolla la visión de conjunto, la visión global, y permite comprobar que el excesivo localismo, particularismo o egoísmo conducen al fracaso. Cada nueva piedra cambia la situación sobre el tablero, y el jugador debe aprender a reconocer y valorar constantemente los cambios.

El go integra la actividad de ambos lados del cerebro: el izquierdo, que pone en juego la capacidad analítica, y el derecho, la capacidad creativa, constituyendo además una auténtica prevención contra las enfermedades mentales.

El tipo de inteligencia que exige el go pone en juego, además, cualidades humanas: prudencia, valentía, tenacidad, serenidad... El go es, por tanto, un juego netamente humano, y la partida equivale a una conversación en la que ambos jugadores van mostrando sobre el tablero, incluso los aspectos más íntimos de su personalidad. Por eso, en Japón le llaman "shudan", que significa: lenguaje sin palabras, entenderse sin palabras, "hablar sin hablar".

El adversario debe ser tenido en cuenta siempre, pues en cierto modo, la partida de go es una construcción en la que dos oponentes, aun sin proponérselo, cooperan en la producción de una obra que puede satisfacer tanto al ganador como al perdedor.

En cierto modo, el go es un extraordinario laboratorio de aprendizaje. El juego nos enseña a ser audaces y, a la vez, prudentes. La conducta muy atrevida o ambiciosa es tan peligrosa como la muy temerosa o conservadora; no debe atacarse tanto que, por ello, se descuide la defensa; sin embargo, el exceso de precaución no permite ver las oportunidades cuando se presentan, y ocasiona la pérdida de iniciativa en el juego. El go nos enseña a ser perseverantes en el desarrollo de un proyecto, pero también a saber cambiar a tiempo de estrategia; no se debe actuar rígidamente, insistiendo en ideas que pierden validez al cambiar la situación; no hay que seguir luchando por lo que está perdido, pero, al mismo tiempo, no hay que abandonar nunca la lucha hasta que no se haya agotado la última esperanza.

Y ese aprendizaje conlleva siempre la búsqueda de equilibrio.



Libros



Tan cerca del Aire

Después de quedar huérfano, Jonás, el joven cartero del pueblo, lleva una vida solitaria y melancólica. Pero un día conoce a Paula, una enigmática mujer que mantuvo hace tiempo una intensa relación con sus padres. Vencida por el peso de los recuerdos, Paula rompe su silencio de muchos años y desmadeja ante él la historia de cómo su padre conoció a una bella y delicada muchacha muda y cómo entre ambos surgió una historia de amor teñida de pasiones ancestrales e instintos olvidados.



La Navidad para un niño en Gales

Dylan Thomas

La Navidad para un niño en Gales es uno de los mejores relatos de Dylan Thomas y nos hará revivir nuestros recuerdos de la infancia. Dylan Thomas es algo más que un poeta: es toda una leyenda. Este relato nos lleva a un pueblo de la costa de Gales, lleno de gatos, carteros y niños ansiosos por jugar con la nieve.



No hace tantos años

Antonio Arráez

Esta novela de Antonio Arráez funciona como un espejo deformante donde las anécdotas y las vivencias de la Guerra Civil y los años en el exilio, son narrados con gran dosis de verosimilitud y cercanía, repletas de fechas y detalles que redundan en favor de la historia.

Cine



HappyThankYouMorePlease

Comedia. Drama. Romance | Cine independiente USA

Kate Mara, Malin Akerman, Josh Radnor, Dana Barron, Richard Jenkins, Zoe Kazan, Tony Hale, Pablo Schreiber, Fay Wolf, Michael Algieri, Peter Scanavino, María Elena Ramirez, Sawyer Novak

El film retrata un momento generacional en el que un grupo de seis jóvenes neoyorquinos ve cómo sus vidas se entrecruzan, mientras cada uno/a intenta, a su manera, descubrir qué significa amar y ser amado. (FILMAFFINITY) amor trágicamente interrumpida por la repentina muerte de Keats a los 25 años.



La Llave de Sara

Drama | Nazismo

Kristin Scott Thomas, Mélusine Mayance, Niels Arestrup, Frédéric Pierrot, Aidan Quinn

Drama | Nazismo/

En mayo de 2002, a Julia Jarmond, periodista americana afincada en París desde hace veinte años, le encargan el artículo relacionado con el sexagésimo aniversario de la redada contra los judíos. Julia, casada con Bertrand Tézac, con el que tiene una hija de once años, Zoë, irá descubriendo poco a poco los acontecimientos del fatídico año 1942 y, curiosamente, la historia de Sarah, que increíblemente estaba relacionada con su familia política, los Tézac. Tras este descubrimiento, no descansará hasta conocer el destino de la joven Sarah y su relación con la familia de su marido... Adaptación del best-seller de Tatiana de Rosnay. (FILMAFFINITY)



Las Crónicas de Narnia

Ben Barnes, Skandar Keynes, Georgie Henley, William Moseley, Anna Popplewell, Eddie Izzard

Fantástico. Aventuras. Drama | Adolescencia. Secuela. 3-D. Cine familiar

Tercera entrega de la saga literaria creada por C.S. Lewis. En esta ocasión, los hermanos Edmund y Lucy Pevensie, junto a su primo Eustace a bordo de la nave El Viajero del Alba y se embarcan en la búsqueda de los siete caballeros expulsados del reino por Miraz, tío de Caspian y usurpador del trono de Narnia. (FILMAFFINITY) 136 millones de años de antigüedad.





aniversario
10

Equipo Tips@

Seguimos con las mismas ganas

